



Christian Rafflenbeul-Schaub, Guido Scholl,  
Lothar Müller-Hagedorn

## **Die Folgen der Dynamik im Einzelhandel für die Beschäf- tigung**

**Eine Analyse für die Zeit von 1960 bis 2017**

**EXPLORATIONEN 01/2018**

---

**Fachbeiträge Handel und Logistik**

Christian Rafflenbeul-Schaub, Guido Scholl, Lothar Müller-Hagedorn

Die Folgen der Dynamik im Einzelhandel für die Beschäftigung

Eine Analyse für die Zeit von 1960 bis 2017

Explorationen (Fachbeiträge Handel und Logistik)

Nr. 01/2018

Herausgeberin:

Fakultät Handel und Soziale Arbeit, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Herbert-Meyer-Str. 7, 29556 Suderburg, Web: <https://www.ostfalia.de/cms/de/h/>

Autoren:

Christian Rafflenbeul-Schaub, Dr. rer.pol, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Unternehmenssteuerung in Handel und Logistik, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Fakultät Handel und Soziale Arbeit, Email: [c.rafflenbeul-schaub@ostfalia.de](mailto:c.rafflenbeul-schaub@ostfalia.de)

Guido Scholl, Dr. rer.pol, Dozent für Betriebswirtschaftslehre, Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien, Email: [guido.scholl@hs-fresenius.de](mailto:guido.scholl@hs-fresenius.de)

Lothar Müller-Hagedorn, Dr. rer.pol, Professor (em.), Universität zu Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Email: [lothar@mueller-hagedorn.de](mailto:lothar@mueller-hagedorn.de)

Ein besonderer Dank gilt Niels Wesemann, B.A., Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Fakultät Handel und Soziale Arbeit, für die Recherche von Daten, die Erstellung von Tabellen, Grafiken und Verzeichnissen sowie die Anpassung der Formatierung.

Creative Commons Lizenz CC BY

© 2018 bei den Autoren

Zitiervorschlag:

Rafflenbeul-Schaub, C., Scholl, G., Müller-Hagedorn, L. (2018). Die Folgen der Dynamik im Einzelhandel für die Beschäftigung. Eine Analyse für die Zeit von 1960 bis 2017. Explorationen (Fachbeiträge Handel und Logistik), Nr. 01/2018, verfügbar unter: [Internetadresse]

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	III
Abbildungsverzeichnis .....	V
Tabellenverzeichnis .....	VI
1 Einleitung .....	1
2 Die Dynamik im Einzelhandel .....	2
2.1 Die Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser .....	4
2.2 Die Entwicklung der Discounter .....	6
2.3 Die Entwicklung der Shopping-Center .....	9
2.4 Die Entwicklung der Fachmärkte .....	10
3 Die Beschäftigung im Einzelhandel .....	13
3.1 Methodische Vorbemerkungen .....	13
3.2 Zur Beschäftigung vor der Wiedervereinigung .....	19
3.3 Zur Beschäftigung nach der Wiedervereinigung .....	20
4 Zusammenhänge zwischen dem Wandel im Einzelhandel und der Beschäftigung .....	26
4.1 Sichtweisen in der Literatur .....	26
4.2 Eine Systematik der Einflussfaktoren auf das Beschäftigungsniveau im Einzelhandel .....	31
4.3 Verfahren zur Überprüfung der Thesen und Empirische Analyse .....	35
4.3.1 Die Zeit von 1960 bis 1990 .....	37
4.3.2 Die Zeit nach 1990 .....	38
4.3.3 Diskussion der empirischen Analyse .....	41
5 Zusammenfassung .....	42
Literaturverzeichnis .....	44
Anhang .....	46

## Abkürzungsverzeichnis

Abs.....	<i>Absatz</i>
Aufl.....	<i>Auflage</i>
BMWi.....	<i>Bundenministerium für Wirtschaft und Energie</i>
bzw. ....	<i>beziehungsweise</i>
d.h. ....	<i>das heißt</i>
DDR.....	<i>Deutsche Demokratische Republik</i>
DHI.....	<i>Deutsches Handelsinstitut</i>
EDI.....	<i>electronic data interchange</i>
EDV.....	<i>elektronische Datenverarbeitung</i>
EHI.....	<i>Euro Handelsinstitut</i>
EVSG.....	<i>Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung</i>
FOC.....	<i>Factory Outlet Center</i>
ggf.....	<i>gegebenenfalls</i>
GTIN.....	<i>Global Trade Item Number</i>
H. ....	<i>Hochrechnung</i>
HDE.....	<i>Handelsverband Deutschland</i>
i.e.S.....	<i>im engeren Sinne</i>
I.T. ....	<i>Informationstechnik</i>
IfH.....	<i>Institut für Handelsforschung</i>
Kfz.....	<i>Kraftfahrzeug</i>
LEH.....	<i>Lebensmitteleinzelhandel</i>
m. ....	<i>mit</i>
Mio. ....	<i>Millionen</i>
Mrd. ....	<i>Milliarden</i>
oh.....	<i>ohne</i>
qm.....	<i>Quadratmeter</i>
ROG.....	<i>Raumordnungsgesetz</i>
SB.....	<i>Selbstbedienung</i>
SB-WH.....	<i>Selbstbedienungs Warenhaus</i>

SJb .....*Statistisches Jahrbuch*  
soz.-vers.-pfl. .... *sozialversicherungspflichtig*  
TZ .....*Teilzeit*  
vgl. ....*vergleiche*  
VZ..... *Vollzeit*  
z.B.....*zum Beispiel*

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl größerer Verbrauchermärkte und der SB-Warenhäuser .....	5
Abbildung 2: Entwicklung der Discounter im LEH .....	8
Abbildung 3: Entwicklung der Shopping-Center in Deutschland .....	10
Abbildung 4: Marktanteilsentwicklung nach Betriebsformen .....	12
Abbildung 5: Strukturierung der Erwerbstätigen .....	14
Abbildung 6: Beschäftigungsentwicklung im Einzelhandel ohne Handel mit Kfz .....	21
Abbildung 7: Beschäftigte im Einzelhandel in Deutschland nach Beschäftigungsform ..	22
Abbildung 8: Beschäftigte im Einzelhandel in Deutschland nach Beschäftigungsform ..	23
Abbildung 9: Abhängig Beschäftigte im Einzelhandel nach Jahresarbeitszeitvolumen ..	24
Abbildung 10: Veränderung der Beschäftigungsentwicklung .....	25
Abbildung 11: Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland .....	30
Abbildung 12: Zusammenhang zwischen Betriebsformendynamik und Beschäftigung ..	31
Abbildung 13: Zentrale Einflussfaktoren auf die Beschäftigung im Einzelhandel .....	35

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser .....	6
Tabelle 2: Entwicklung der Lebensmitteldiscounter .....	9
Tabelle 3: Entwicklung der Shopping-Center .....	10
Tabelle 4: Entwicklung des Umsatzmarktanteils der Fachmärkte 1980-2000 .....	11
Tabelle 5: Der Einzelhandel in der Wirtschaftszweigklassifikation .....	15
Tabelle 6: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen zwischen .....	19
Tabelle 7: Anzahl der Beschäftigten im Einzelhandel .....	20
Tabelle 8: Dynamik der Betriebsformen in der Zeit von 1960 bis 1990 .....	37
Tabelle 9: Dynamik der Betriebsformen in der Zeit nach 1990 .....	39
Tabelle 10: Korrelationskoeffizienten .....	40

# 1 Einleitung

Viele sind in Sorge, ob künftig noch genügend Arbeitsplätze vorhanden sein werden, um der arbeitsfähigen Bevölkerung eine Erwerbstätigkeit zu ermöglichen. Weithin wird vermutet, dass die Dynamik des wirtschaftlichen Wandels sich negativ auf die Beschäftigung auswirken wird. Das gilt auch für die Digitalisierung. Auch der Einzelhandel wird von diesen Befürchtungen nicht ausgenommen. Natürlich ist es lohnend und verlockend in die Zukunft sehen zu wollen, aber es ist auch aufschlussreich, sich der bisherigen Entwicklung bewusst zu werden. Der Einzelhandel hat auch in der Vergangenheit schon Dynamik erlebt, was sich vor allem im Auftauchen und in der Expansion neuer Betriebsformen geäußert hat. Hat das Arbeitsplätze gekostet - und wie viele? Hätte man das Vordringen preisaggressiver Betriebsformen und die Expansion der Shopping-Center noch mehr eingrenzen sollen, um Arbeitsplätze zu erhalten? In Österreich ist die Genehmigung großflächigen Einzelhandels daran gebunden, ob durch ihn Arbeitsplätze geschaffen oder vernichtet werden.<sup>1</sup> In Deutschland ist im Planungsrecht ein solches Kriterium zwar nicht vorgesehen, aber in der öffentlichen Meinung spielt dieser Sachverhalt doch eine Rolle. Im Folgenden wird deshalb der Frage nachgegangen, wie sich die Dynamik im (Einzel)handel auf die Beschäftigung im Einzelhandel ausgewirkt hat. ***Stimmt die These, dass mit dem Vordringen von preisaggressiven Anbietern ein Abbau von Arbeitsplätzen einhergegangen ist?***

Diese Frage wird wie folgt untersucht. Zunächst wird die Expansion preisaggressiver Betriebsformen in der Zeit ab etwa 1960 nachgezeichnet. Dabei wird der Blick auf die Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser, die Discounter, die Fachmärkte, die Fachmarktzentren sowie die Shopping-Center gerichtet.<sup>2</sup> Nach diesem dokumentarischen Teil wird dann der Frage nachgegangen, welchen Einfluss das Vordringen der genannten Betriebsformen auf die Beschäftigung hatte. Da die Theorie wenig Hinweise gibt, wie die Dynamik im Einzelhandel auf die Beschäftigung wirkt, wird zur Strukturierung der Problemstellung ein Strukturdiagramm entwickelt, aus dem die zentralen Einflussfaktoren auf die Beschäftigung im Einzelhandel hervorgehen sollen. An Hand der vor-

---

<sup>1</sup> § 14 Abs. 2 ROG des Landes Salzburg: „(2) Standortverordnungen für Handelsgroßbetriebe dürfen nur in Übereinstimmung mit den Raumordnungszielen und -grundsätzen erlassen werden. Die Entscheidungen über ihre Erlassung einschließlich die Festlegungen gemäß Abs. 1 zweiter Satz sind im Hinblick auf die Auswirkungen eines genau bezeichneten Vorhabens insbesondere auf die Verkehrsstrukturen, die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen sowie *Erwerbsmöglichkeit*, den sparsamen Umgang mit Grund und Boden, die weitere Entwicklung der gewachsenen Lebensräume unter besonderer Berücksichtigung des Prinzips der gestreuten Schwerpunktbildung zu treffen.“

<sup>2</sup> Der Online Handel wird hier aufgrund seines bis vor wenigen Jahren noch sehr geringen Anteils am gesamten Einzelhandelsumsatz nicht berücksichtigt (vgl. Abbildung 4), obwohl der Online Handel tendenziell auch als perso-nalexensive Betriebsform anzusehen ist.



liegenden Daten wird überprüft, welcher Einfluss von den Marktanteilsgewinnen der angeführten preisaggressiven Betriebsformen auf die Beschäftigung ausgegangen ist. Es wird somit geprüft, ob die Daten den Verdacht stützen, dass die aufgezeigte Dynamik im Einzelhandel zum Verlust von Arbeitsplätzen geführt hat.

Bei der Betrachtung von langfristigen Entwicklungen mit Hilfe von Zeitreihen, wie es hier im Hinblick auf die Entwicklung der Betriebsformen und der Beschäftigten angesagt ist, besteht das grundsätzliche Problem, dass Brüche in den Zeitreihen auftreten können, die Analysen über sehr lange Zeiträume erschweren bzw. sie auf kürzere Zeiträume beschränken. Ursachen für solche Brüche liegen in

- Veränderungen der räumlichen Abgrenzung der Erhebungseinheit (Saarland, West-Berlin, neue Bundesländer),
- Veränderungen der sachlichen Abgrenzung der Erhebungseinheit (Änderungen der Systematik der Wirtschaftszweige) und
- Veränderungen der Erhebungsmethode.

Änderungen der Wirtschaftszweigsystematik betreffen alle Statistiken, die sich auf den Einzelhandel in seiner Gesamtheit beziehen. Da dies bei den amtlichen Statistiken der Fall ist, die für die Betrachtung der Gesamtbeschäftigung im Einzelhandel herangezogen werden, wird außerdem die Änderung der Wirtschaftszweigsystematik behandelt und es werden Besonderheiten der zur Verfügung stehenden Datenquellen dargestellt.

## 2 Die Dynamik im Einzelhandel

Im Einzelhandel hat sich in den Zeiten nach dem zweiten Weltkrieg eine außerordentliche Dynamik gezeigt. Einzelne Facetten dieser Dynamik werden sichtbar, wenn an die Konzentration, die Internationalisierung oder die Digitalisierung gedacht wird. Aber auch die bevorzugten Standortlagen (Innenstadt, Vorortzentren, Peripherie, Umland) änderten sich, völlig neue Sortimente wurden entwickelt (z.B. Biokost, Biomöbel, Sportkaufhäuser, Telekommunikationsshops), die Öffnungszeiten wurden infolge der Liberalisierung der gesetzlichen Rahmenbedingungen erheblich ausgeweitet, innerbetrieblich wurden die Beherrschungssysteme geändert (Filialbetriebe wurden stärker zentralisiert, der selbständige Handel entwickelte engere Formen der Kooperation, neue vertikalisierte Formen wie z.B. das Franchising breiteten sich aus). Von Bedeutung sind auch die technologischen Neuerungen, die über die Jahrzehnte hinweg den Handel auf der Verkaufsstellenebene (z.B. Formen der Selbstbedienung, Scanning an den Kassen) und auf der Logistikebene (z.B. automatisierte Warenwirtschaftssysteme, Datenaustausch mit der Industrie, eine Logistik mit veränderten Transport- und Organisationssystemen) verändert haben. Einem Umsturz gleich kam der Rückgang der Lebensmittelge-

schäfte von rund 161.000 in 1961 auf rund 87.000 15 Jahre später (DHI, 1992). Die Zahl der Bedienungsläden nahm stärker ab, als die Zahl der SB-Geschäfte zunahm.

Am sichtbarsten war aber das Aufkommen immer neuer Betriebsformen (Formate). Etwa ab 1960 entwickelten die Brüder Albrecht ihre Discountfilialen, die sich zwar zwischenzeitlich im Erscheinungsbild deutlich geändert haben, aber dem Discountprinzip treu geblieben sind. Das Discountprinzip (mit Hard Discount und Soft Discount) wurde in anderen Warenbereichen imitiert, z.B. im Textilsektor. Neben den Discountern wurden andere preisorientierte Betriebsformen entwickelt, z.B. Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser. Im Regelfall ging dies mit einer Senkung der Personalkosten in Prozent des Umsatzes einher. Bekannte Personen aus dem Handel haben dies zum Anlass genommen, zu behaupten, auf einen im Discount geschaffenen Arbeitsplatz kämen 5 wegfallende Arbeitsplätze im Fachhandel (Brune, 2014). Aus dem Kreis der zahlreichen neu entwickelten Betriebsformen sollen im Folgenden vier Entwicklungen herausgegriffen werden, weil sie jeweils in relativ kurzer Zeit bedeutende Marktanteile im Einzelhandel erreicht haben und im Verdacht stehen, zum Arbeitsplatzabbau im Einzelhandel beigetragen zu haben, und zwar

- die Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser,
- die Discounter, insbes. die Lebensmitteldiscounter,
- die Shopping-Center und
- die Fachmärkte und die Fachmarktzentren.

Es ist keine einfache Aufgabe, die Entwicklung dieser Betriebsformen historisch nachzuzeichnen (in Bezug auf Anzahl der Unternehmungen, ihre Verkaufsfläche, die von ihnen erzielten Umsätze oder Marktanteile), weil hierzu nur sehr begrenzt auf Daten aus der Amtlichen Statistik zurückgegriffen werden kann. Sie differenziert das Datenmaterial nicht nach Betriebsformen. Außerdem muss man wissen, dass Aussagen zur Zahl der Unternehmungen im Einzelhandel und zu ihrem Umsatz der Unternehmensstatistik (Statistisches Bundesamt Fachserie 6, Reihe 4) und der Umsatzsteuerstatistik entnommen werden können, wobei sich die jeweiligen Angaben deutlich unterscheiden. Im Übrigen muss auf Daten aus sonstigen Quellen zurückgegriffen werden, insbesondere aus der Marktforschung, wobei sich bei den einzelnen Instituten die zugrunde gelegten Definitionen und Erhebungsverfahren unterscheiden können. Insofern ist anzuraten, die einzelnen Zeitreihen nur für jeweils die Abschnitte zu interpretieren, in denen gleiche Bedingungen vorliegen. Zu beachten ist, dass die Angaben teilweise in DM, teilweise in Euro erfolgen.

## 2.1 Die Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser

In den Jahren nach 1960 wurden der bisher vorwiegend branchenorientiert auftretende Fachhandel und die Warenhäuser um großflächige Einzelhandelsbetriebe ergänzt, die sowohl ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmittel als auch Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs vorwiegend in Selbstbedienung (und mithin mit reduziertem Personaleinsatz) und vergleichsweise niedrigen Preisen anboten. Das Merkmal „großflächig“ wurde in den ersten Jahren auch Verkaufsstellen zugeordnet, die zwischen 800 und 1.499 qm Verkaufsflächen hatten und die als kleine Verbrauchermärkte bezeichnet wurden. Schnell wurden aber auch größere zwischen 1.500 und 2.499 und mit mehr als 2.500 qm Verkaufsfläche in den Markt und mit einiger Verzögerung in die Statistiken eingeführt. Immer größere Märkte wurden gesichtet, für die sich der Begriff Selbstbedienungswarenhaus oder kurz SB-Warenhaus einbürgerte. Sie wurden als der große Bruder der Verbrauchermärkte bezeichnet. Manche Institute verwendeten diesen Begriff für Märkte ab 3.000 qm Verkaufsfläche, andere ab 4.000 oder sogar 5.000 qm. Insofern sind die Statistiken einzelner Institute nicht einfach zu vergleichen. Der Erfolg dieser Betriebsformen war beträchtlich. Schon bis 1991 hatte sich die Zahl der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1.500 qm auf rund 1.650 erhöht (vgl. Abbildung 1 und die Angaben im Anhang 1).

Die Anzahl dieser Märkte stieg von 1966 mit 61 Märkten auf 1.657 Märkte im Jahr 1991. Parallel stieg ihr Umsatz von 0,9 Mrd. DM auf 68 Mrd. DM im Jahr 1990, was einem Anteil von rund 14% am gesamten Einzelhandelsumsatz (i.e.S.) entspricht (DHI, 1991). Das Bundesministerium für Wirtschaft meldete, dass der Umsatz der Verbrauchermärkte von 1967 bis 1976 von 3,2 Mrd. DM auf 33,0 Mrd. DM gestiegen war, was einem Anstieg des Marktanteils von 2,2 auf 10,9% entsprach, womit diese neue Betriebsform innerhalb von wenigen Jahren mit den etablierten Warenhäusern gleichgezogen hatte (BMW, 1978). Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte sank in diesem Zeitraum von 154.000 auf rund 60.000, was in erster Linie auf das weitgehende Aussterben der Bedienungsläden zurückzuführen war; ihr Bestand verringerte sich in diesem Zeitraum von rund 90.000 auf rund 7.000. Man kann wirklich sagen, eine Betriebsform verschwand weitgehend, neue Betriebsformen besetzten den Markt.

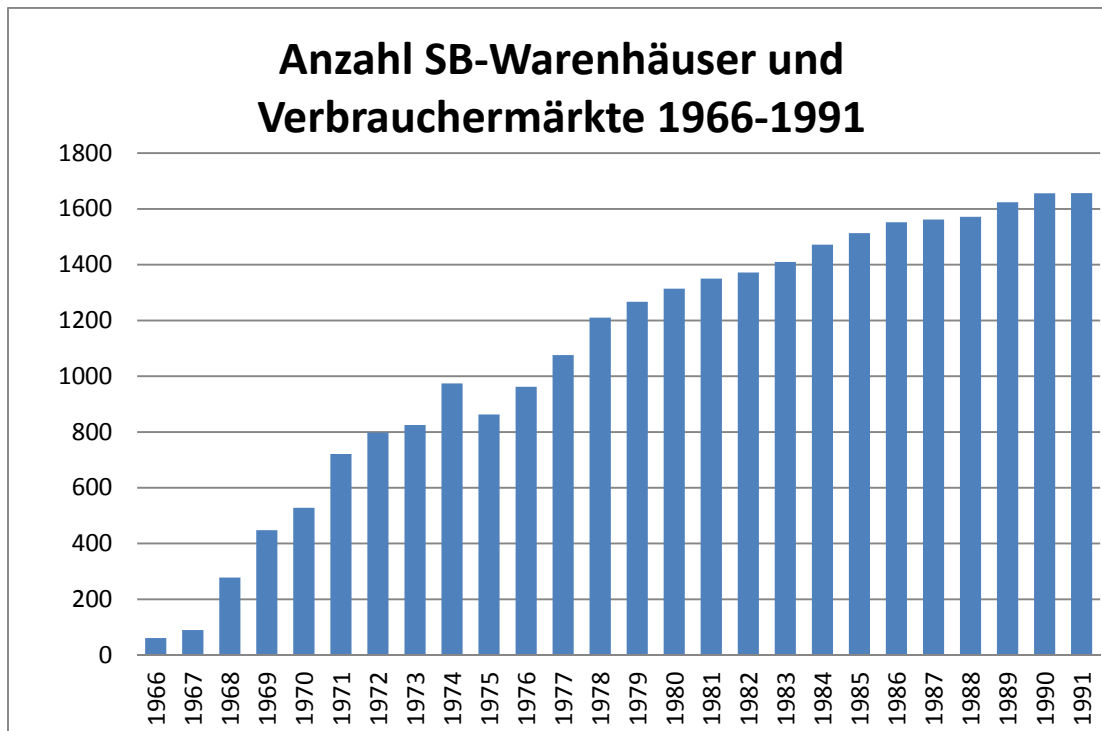


Abbildung 1: Anzahl größerer Verbrauchermärkte und der SB-Warenhäuser in den westlichen Bundesländern zwischen 1966 und 1991 (DHI, 1999)

Bis 1978 waren die Zuwachsraten bei den SB-WH besonders stark mit durchschnittlich mehr als 100 Neueröffnungen pro Jahr. In den Jahren danach flachte der Zuwachs ab. Die parallele Verringerung der Zahl der Bedienungsläden wird davon nicht unabhängig gewesen sein. Es ist zu vermuten, dass die Reaktion nicht unmittelbar eintrat, aber mit nicht allzu großer Verzögerung. Und in der Tat sank die Zahl der Bedienungsläden vor allem in den Jahren nach 1966 (von rd. 91.000 auf weniger als 10.000 in 1978). Es wäre aber vorschnell, daraus abzuleiten, dass die Ausbreitung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser wegen des parallelen Ausscheidens der Bedienungsläden (und ihres Personals) zu einer Verringerung der Beschäftigten im Einzelhandel geführt hätte, weil dies unberücksichtigt ließe, dass teilweise die Bedienungsläden in SB-Geschäfte umgewandelt wurden und auch die neu aufkommenden Betriebsformen Personal beschäftigt haben; von einem kausalen Zusammenhang kann auch schon deshalb nicht gesprochen werden, weil die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel nicht nur von der Ausbreitung einer einzelnen Betriebsform abhängt, sondern weil weitere Faktoren hierauf einwirken, so insbesondere auch die Discounter, die mit besonders niedrigen Personalkosten in Prozent vom Umsatz kalkulieren. Insgesamt ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte in der Zeit, in der sich die Zahl der Verbrauchermärkte und der SB-Warenhäuser wie beschrieben erhöht hat, von 154.000 auf 60.000 zurückgegangen. Es wird zu analysieren sein, wie sich dies auf die Beschäftigungssituation ausgewirkt hat. Angaben zur Entwicklung der SB-Warenhäuser in der Zeit von 2000 bis 2013 finden sich in Anhang 5b.

Im Hinblick auf die Entwicklung der Beschäftigung im Einzelhandel kann das Aufkommen der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser wie folgt zusammengefasst werden:

Tabelle 1: Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser

1960-1967	1968-1978	1979 -
Erstes Aufkommen	Starke Expansion	Weiteres abflachendes Wachstum
Verkaufsfläche unter 120.000 qm	1978: VK-Fläche bei 1,78 Mio. qm	1991: VK-Fläche über 3 Mio. qm
Anteil am EH-Umsatz unter 1%	Marktanteil rd. 11%	

## 2.2 Die Entwicklung der Discounter

Discounter werden überwiegend so definiert: Es handelt sich um eine Einzelhandelsbetriebsform, bei der ein auf hohen Lagerumschlag ausgerichtetes enges Warenangebot des Massenbedarfs preisaggressiv bei vergleichsweise geringer Personalintensität angeboten wird. Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und platzsparende Präsentation sind weitere Merkmale. Discounter finden sich vor allem im Lebensmittelhandel (LEH), aber auch in anderen Warenbereichen (Textilien, Matratzen, Apotheken, Getränkemarkte). Insbesondere der Hinweis auf die geringe Personalintensität lässt die Vermutung aufkommen, dass mit einer starken Ausbreitung der Discounter die Beschäftigung im Einzelhandel sinkt.

Zahlen zur Marktbedeutung der Discounter werden oft nur auf den Lebensmittelhandel eingeschränkt, wobei heute vor allem Aldi, Lidl, Penny, Netto zu den Discountern gezählt werden. Hier haben sie in der Tat eine herausragende Bedeutung, aber auch im Non-Food-Bereich gibt es bedeutende Anbieter, z.B. Rossmann, Kik, NKD, Takko, Ernsting's Family, Kodi, Euroshop und Tedi. Hurth schätzt, dass allein bei KiK, Ernsting's Family und Takko die Zahl der Filialen von 2006 bis 2010 von rund 4.000 auf 5.000 gestiegen ist (Hurth, 2012).

Im Lebensmittelbereich waren die Brüder Albrecht (ALDI) Pioniere. Sie betrieben zunächst einige Lebensmittelgeschäfte, bis 1962 der erste für Albrecht typische Laden in Dortmund eröffnet wurde (Tietz, 1983, S. 743). Die Entwicklung war zunächst verhalten, steigerte sich dann aber außerordentlich (Rehmann, 1967). 1973 stellte die Rewe-Handelsgesellschaft Leibbrand oHG ihr Discountkonzept Penny vor, Lidl folgte später. Die Zahl ihrer Verkaufsstellen wuchs beträchtlich, ihr Umsatz und ihr Marktanteil ebenfalls (vgl. auch die Angaben im Anhang 2). Parallel schrumpften die Zahl der traditio-

nellen Lebensmittelgeschäfte und ihre Marktbedeutung. Von 1961 bis 1978 nahm die Zahl der Bedienungsläden von 138.700 auf 10.521 ab (DHI, 1991).

Im Anhang 2 sind Zahlen zusammengestellt, die die Entwicklung der Discounter aufzeigen. Es war nicht möglich, die Entwicklung lückenlos mit konsistent abgestimmten Zahlen zu dokumentieren, weil solche Zahlen nicht zur Verfügung standen. Immerhin belegt die im Anhang 2 beigefügte Abbildung „Die Entwicklung der Lebensmitteldiscounter 1955-1997“ das andauernde starke Wachstum in den Jahren von 1975 bis 1990 in den alten Bundesländern und anschließend im vereinigten Deutschland. Greift man auf anerkannte repräsentative Statistiken des Deutschen Handelsinstituts (DHI) zurück, so ist man mit dem Umstand konfrontiert, dass diese die Discounter bis 1991 nicht als eigene Gruppe, sondern mit den SB-Geschäften zusammen ausweisen. Aus einer Zeit kommend, in der es ursprünglich nur Bedienungsläden gegeben hatte, begnügte man sich zunächst damit, ihnen als neue Form des Handels nur die Supermärkte und „übrige Supermärkte“ gegenüber zu stellen. In die letztere Gruppe wurden auch die Discounter eingeordnet. Die entsprechenden Zahlen sind ebenfalls im Anhang 2 wiedergegeben und lassen das starke Wachstum dieser Gruppe von 22.369 Läden in 1961 auf rund 83.000 im Jahr 1970 erkennen. Auch diese Zahlen sind mithin ein Indikator für das Wachstum der in dieser Gruppe enthaltenen Discounter. Die Tabelle macht dann auch deutlich, dass die Zahl der Lebensmitteldiscounter von 1991 mit 7.695 Verkaufsstellen bis 2004 auf 14.500 angestiegen ist.

Abbildung 2 zeigt, wie die Discounter auch in jüngerer Zeit und vor allem im Lebensmitteleinzelhandel ihre Umsätze weiter steigern konnten. Im Jahr 2016 erzielten sie einen Umsatz von rund 70 Mrd. Euro.

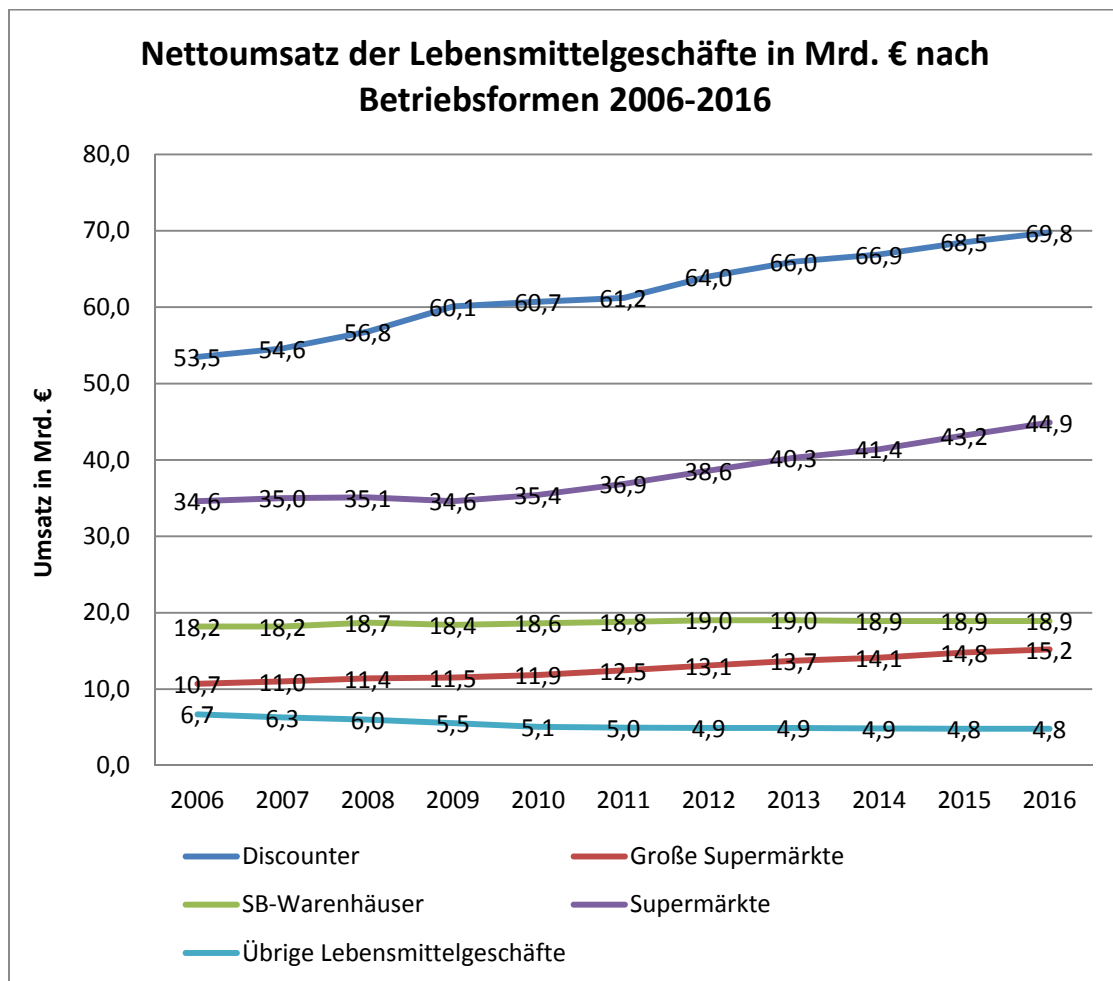


Abbildung 2: Entwicklung der Discounter im LEH in der Zeit von 2006 bis 2016 (HDE, 2017)

Auf detaillierte Angaben zur Entwicklung der Discounter im Non-Food-Bereich wird hier verzichtet.

In Bezug auf die Lebensmitteldiscounter seien folgende Fakten festgehalten:

Tabelle 2: Entwicklung der Lebensmitteldiscounter

1961 - 1970	1971 - 1990 / 1991 - 2004	2005- 2018
Erstes Aufkommen	Starkes Wachstum	Schwächeres Wachstum
		Marktanteil am LEH auf ca. 40% gesteigert

## 2.3 Die Entwicklung der Shopping-Center

Neben einzelnen Betriebsformen, wie etwa dem SB-Warenhaus oder dem Discounter, spielen im Einzelhandel sog. Agglomerationsformen eine immer wichtigere Rolle. Unter Agglomerationen versteht man eine Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften in einer Straße, einer Zone oder - worauf hier abgestellt wird - in einem Center (Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V., 2014). Solche Center sind dadurch charakterisiert, dass sie in einem räumlich funktionalen Zusammenhang stehen, als Einheit geplant sind und gemeinsame Aufgaben unter einem Center-Management durchgeführt werden. Liegt der Schwerpunkt bei kleinflächigem Einzelhandel, wird von einem Einkaufszentrum gesprochen, liegt er bei großflächigen Fachmärkten, vom Fachmarktzentrum. Im Folgenden wird das Augenmerk auf Einkaufszentren gerichtet, wobei Sonderformen wie FOC, Urban Entertainment Center oder Airport-Retail zurückgestellt werden sollen. Es geht also um jene Einkaufszentren, die entweder in Innenstädten oder in peripheren Lagen angesiedelt sind.

Auch hier begann die Entwicklung in den sechziger Jahren. Ihre Anzahl stieg zunächst verhalten, aber etwa ab 1990 verstärkt. Für das Jahr 2018 wird die Anzahl der Shopping-Center in Deutschland von EHI mit 479 angegeben. Diese Zahl mag zunächst nicht als sehr hoch erscheinen, aber man muss die Verkaufsfläche dieser Center berücksichtigen. Sie wird für das Jahr 2018 mit rund 15 Mio. qm angegeben (EHI, 2017). Weitere Angaben zur Anzahl, der Gesamtfläche und zum Umsatz der Shopping Center finden sich in Anhang 3.



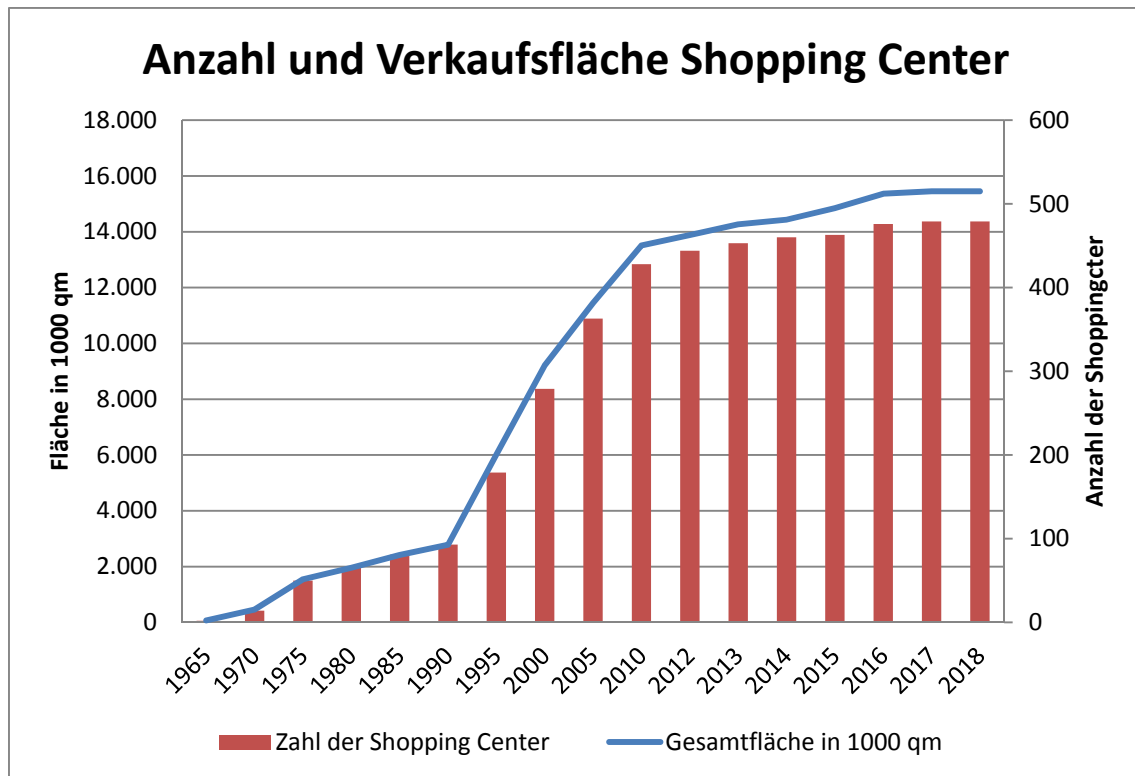


Abbildung 3: Entwicklung der Shopping-Center in Deutschland von 1965 bis 2018 (EHI, 2017b)

Wenn im Folgenden überprüft wird, ob und wie sich die zunehmende Ausbreitung von Shopping-Centern auf den Arbeitsmarkt im Einzelhandel ausgewirkt hat, dann scheinen folgende Ergebnisse relevant:

Tabelle 3: Entwicklung der Shopping-Center

1965 - 1970	1971-1985 / 1990-2005	2006- 2018
Erste Verkaufsstellen	Starkes Wachstum	Abnehmendes Wachstum
Fläche 0,5 Mio. qm	Fläche wächst auf 11,4 Mio. qm	15 Mio. qm Gesamtfläche

## 2.4 Die Entwicklung der Fachmärkte

Fachmärkte zählen zu den markanten Innovationen im Einzelhandel. Sie fallen in der Realität eher auf als in der Literatur oder in den Statistiken. Das hängt auch damit zusammen, dass sie sich nur gelegentlich selbst Fachmarkt nennen (z.B. Elektronikfachmarkt), häufiger dagegen in ihrer Vorstellung auf die Branche hinweisen, z.B. Drogeriemarkt oder Baumarkt. In den gebräuchlichen Definitionen (insbes. Katalog E) wird

darauf abgestellt, dass hier ein breites und tiefes Sortiment einer Branche (beispielsweise Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder eine bestimmte Bedarfsgruppe (beispielsweise Sportfachmarkt, Baumarkt) angeboten wird. Diese Entwicklung wird hier aufgegriffen, weil das Sortiment weitgehend in Selbstbedienung und preisaktiv angeboten wird. Fachmarktkonzepte finden sich in nahezu allen Sortimentsbereichen, so im Bau- und Heimwerker-, im Getränke-, Spielwaren-, Möbel-, Küchen- Raumausstattung- und Kfz-Zubehörmarkt. Finden sich mehrere Fachmärkte in räumlicher Nähe zueinander, liegt entweder ein Fachmarktzentrum oder eine Fachmarktagglomeration vor (IfH, 2014). Als Beispiele seien genannt: Adler, Media Markt, Sturn, Decathlon, Fressnapf, Bauhaus, Roller.

Zu den Pionieren dieser Erscheinungsform des Einzelhandels zählen die Drogeriemärkte, die neben die früher üblichen Drogerien traten. Ihr Markteintritt wurde durch den Wegfall der vertikalen Preisbindung erleichtert, was ihnen eine preisaggressive Strategie erlaubte. Stück für Stück breiteten sie sich nach und nach in vielen Branchen aus und sind praktisch heute allgegenwärtig. Fachmarktzentren sind zu bevorzugten Investitionsprojekten geworden.

Tabelle 4 zeigt die Entwicklung des Umsatzmarktanteils der Fachmärkte von 1980 bis 2000, der sich in dem betrachteten Zeitraum mehr als versiebenfacht hat. Angaben zur Umsatzentwicklung finden sich in Anhang 4.

Tabelle 4: Entwicklung des Umsatzmarktanteils der Fachmärkte 1980-2000 (Monopolkommission, 1994) und (HDE, 2004)

Jahr	Umsatzmarktanteil Fachmärkte in %
1980	2,0
1986	7,5
1992	12,4
1995	13,8
2000	14,5

Abbildung 4 zeigt die Marktanteilsentwicklung der Fachmärkte sowie der anderen betrachteten Betriebsformen, den SB-Warenhäusern/Verbrauchermarkten und den Discontnern, ab dem Jahr 2000. Die Angaben zu den Fachmärkten können nicht mit den Angaben in Tabelle 4 verglichen werden, da der Gesamtmarkt des Einzelhandels jeweils unterschiedlich abgegrenzt wird. Der Marktanteil der Fachmärkte hat nach Abbildung 4 im betrachteten Zeitraum stetig von 11,8 auf 16,0% zugenommen, während er bei den SB-Warenhäusern/Verbrauchermarkten 2009 mit 13,2% und bei den Discontnern 2013 mit 15,6% den höchsten Wert hatte und seitdem wieder geringfügig sinkt. Weitere Angaben zur Marktposition der Fachmärkte finden sich in Anhang 4.

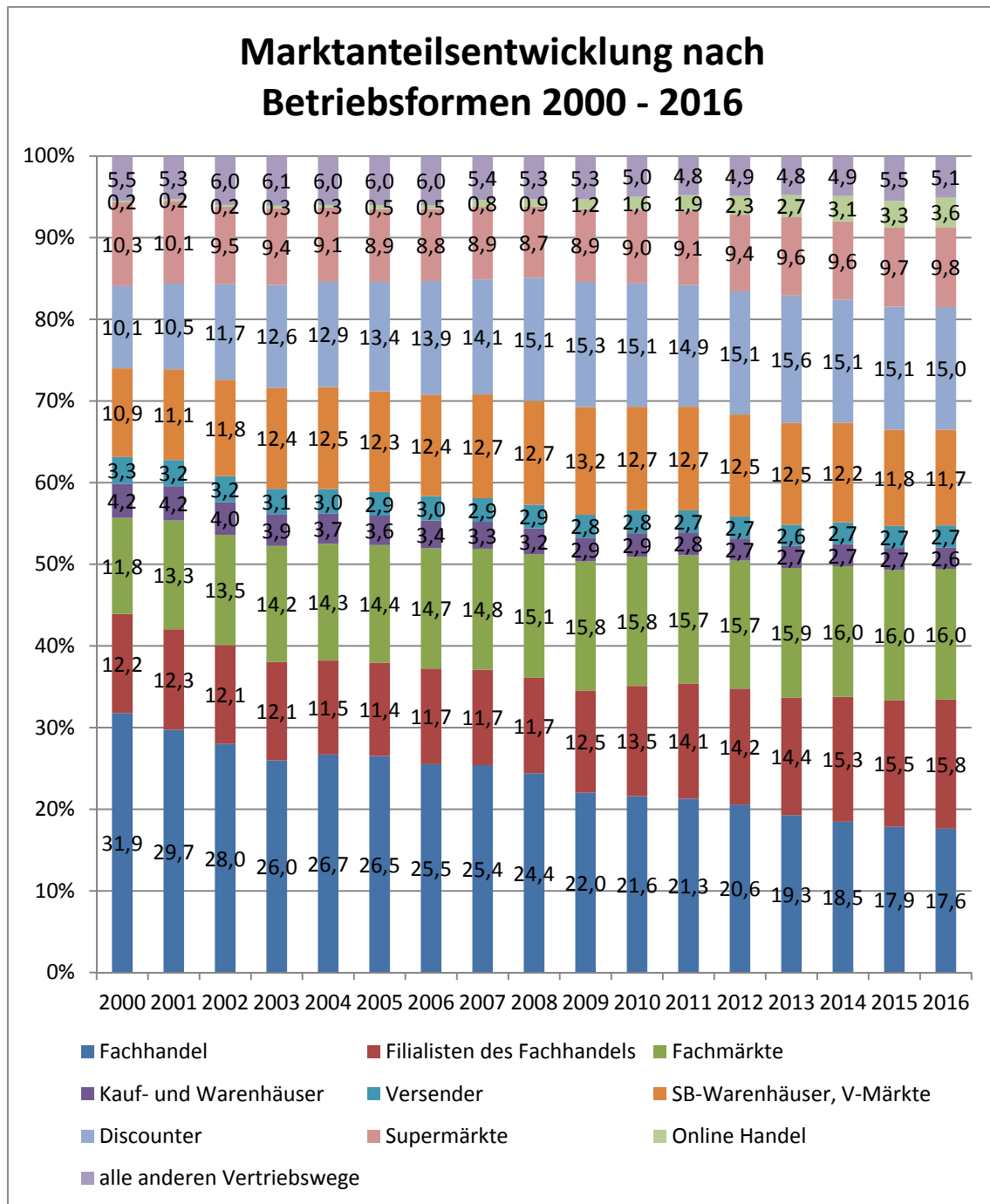


Abbildung 4: Marktanteilsentwicklung nach Betriebsformen 2000-2016 (HDE, 2017)

### 3 Die Beschäftigung im Einzelhandel

Die aufgezeigten Veränderungen bei den Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern, den Discontern und den Shopping-Centern stellen tiefgreifende Veränderungen im Erscheinungsbild des Einzelhandels dar. Wie sie allerdings auf die Beschäftigung wirken, lässt sich nicht unmittelbar erkennen. Eine nähere Analyse dieser Fragestellung erfordert mithin folgende Schritte:

1. Es ist festzustellen, wie sich die Beschäftigung im Einzelhandel tatsächlich entwickelt hat.
2. Es ist zu erkennen, welche relevante Einflussfaktoren auf das Ausmaß der Beschäftigung im Einzelhandel sind und wie diese voraussichtlich wirken.
3. Es ist zu überprüfen, inwieweit sich Zusammenhänge zwischen ausgewählten Einflussfaktoren und der Beschäftigung empirisch nachweisen lassen.

#### 3.1 Methodische Vorbemerkungen

##### *Klärung des Begriffs „Beschäftigte“*

Bevor man sich mit der Beschäftigungsentwicklung befasst, ist es erforderlich zu klären, wie „Beschäftigung“ und der daraus abgeleitete Begriff „Beschäftigte“ definiert sind und nach welchen Merkmalen Beschäftigte strukturiert werden.

Unter Beschäftigung versteht man in der Volkswirtschaftslehre den tatsächlichen Einsatz des Produktionsfaktors Arbeit in einer Periode. Er wird gemessen durch die geleisteten Arbeitsstunden (= Arbeitsvolumen), welche sich aus der Anzahl der Beschäftigten multipliziert mit der durchschnittlichen Arbeitszeit pro Beschäftigten ergeben (Gabler Wirtschaftslexikon, 2018). Wenn man den Begriff „Beschäftigte“ im volkswirtschaftlichen Kontext verwendet, sind damit Erwerbstätige gemeint. Diese gliedern sich nach ihrer Stellung im Beruf in die Gruppe der abhängig Beschäftigten (= Arbeitnehmer) und die Gruppe der Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen.

Nach der Sozialversicherungspflicht lassen sich die abhängig Beschäftigten in sozialversicherungspflichtige Beschäftigte und geringfügig Beschäftigte unterscheiden. Für letztere gilt eine Verdienstobergrenze von derzeit 450 € pro Monat, wobei eine pauschale Sozialversicherungsabgabe zu leisten ist. Für die Gruppe der Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen besteht weder eine Sozialversicherungspflicht noch eine pauschalisierte Abgabepflicht.

Nach dem Umfang des Arbeitsvolumens kann zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigten differenziert werden, wobei per Definition alle Beschäftigungsverhältnisse, die eine im

Durchschnitt geringere Wochenarbeitszeit als die betriebsübliche bzw. tarifliche Wochenarbeitszeit einer Vollzeitkraft aufweisen, als Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse gelten. Die Teilzeitbeschäftigung hat in Bezug auf das Arbeitszeitvolumen also eine enorme Spannweite, die von einer Stunde pro Woche bis nah an die Vollzeitbeschäftigung heranreichen kann (vollzeitnahe Teilzeit).

Aufgrund des Phänomens der Teilzeitbeschäftigung ist die Gesamtbeschäftigtenzahl, aus der Addition von Voll- und Teilzeitbeschäftigten, für die Messung der Beschäftigung wenig aussagekräftig. Um eine höhere Aussagekraft zu erreichen, müssten Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse auf Basis ihres durchschnittlichen Anteils an einer Vollzeitbeschäftigung in Vollzeitäquivalente umgerechnet werden oder alternativ die Beschäftigung gemäß der obigen Definition direkt auf Basis der geleisteten Arbeitsstunden gemessen werden.

	Erwerbstätige (= Beschäftigte im Sinne volkswirtschaftlicher Beschäftigung)		
Stellung im Beruf	Arbeitnehmer (= abhängig Beschäftigte)		Selbständige u. mithelfende Familienangehörige
Sozial- versicherungs- status	Sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	geringfügig Beschäftigte	keine Sozialversicherungs- pflicht
Beschäftigungs- umfang	Vollzeit	Teilzeit	Vollzeit

Abbildung 5: Strukturierung der Erwerbstätigen

### *Die Abgrenzung des Einzelhandels in der Amtlichen Statistik*

Der Einzelhandel wird in der amtlichen Statistik von anderen Branchen über die Klassifikation der Wirtschaftszweige abgegrenzt.

Der Handel ist dort seit dem Jahr 2008 in drei Abteilungen untergliedert, die zweistellig codiert werden (Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 – WZ 2008), und zwar die folgenden Abteilungen<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Grundlegend für die Darstellung des Handels in der Amtlichen Statistik ist die Systematik der Wirtschaftszweige. Nach der Wirtschaftszweigsystematik WZ 2008, die die Vorgaben der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft NACE (Nomenclature générale des activités économiques dans les Communautés Européennes) Rev. 2 berücksichtigt, werden Handelsbetriebe in Abschnitt G dargestellt. Die Struktur der NACE-Systematik ist niedergelegt in der Verordnung (EG) Nr. 1893/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom

Abteilung 45: Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen,

Abteilung 46: Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen),

Abteilung 47: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen).

Die drei Abteilungen zusammen bilden den Wirtschaftszweig „G - Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen“ (Destatis, 2008).

Die Klassifikation der Wirtschaftszweige wurde im Laufe der Jahre immer wieder geändert, so dass für den hier zu betrachtenden Zeitraum insgesamt sechs verschiedene Versionen zum Einsatz kamen. Die Änderungen können sowohl die Abgrenzung zu anderen Branchen als auch die innere Gliederung einer Branche betreffen, wobei hier nur der Einzelhandel relevant ist.

Die Tabelle 5 stellt die wesentlichen Änderungen dar, die die Abgrenzung des Einzelhandels verändert haben. Bis zur WZ 1979 waren in der Abteilung Einzelhandel der Kraftfahrzeughandel und die Tankstellen inkludiert. Zwischenzeitlich war in den Ausgaben von 1993 und 2003 die Reparatur von Gebrauchsgütern eingeschlossen, die dann mit der Ausgabe 2008 wieder ausgegrenzt wurde, während die Tankstellen wieder einbezogen wurden. Brüche ergeben sich also im Wesentlichen mit der Umsetzung der WZ Ausgaben 1993 und 2008.

Tabelle 5: Der Einzelhandel in der Wirtschaftszweigklassifikation der amtlichen Statistik (Eigene Darstellung auf Grundlage der jeweiligen Erläuterungen zur Unternehmensstatistik)

WZ-Klassifikation	Abteilung Einzelhandel	Kfz-Handel	Tankstellen	Reparatur von Gebrauchsgütern
WZ-1961	43 Einzelhandel	X	X	
WZ-1970	43 Einzelhandel	X	X	
WZ-1979	43 Einzelhandel	X	X*	
WZ-1993	52 Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz und ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern			X
WZ-2003	52 Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz und ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern			X
WZ-2008	47 Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz)		X*	

\*inklusive Tankstellen mit "Absatz in fremden Namen"

20. Dezember 2006. Nach der WZ 2008 ergibt sich eine neue Nummerierung der Abteilungen, in denen der Handel erfasst wird. Waren es bis zu der WZ 2003 Abteilungen 50, 51, 52, so sind es nun die Abteilungen 45, 46, 47.

### *Statistiken zur Beschäftigungsentwicklung*

Für die Darstellung der Beschäftigungssituation kann auf Daten unterschiedlicher Institutionen zurückgegriffen, so

- die Unternehmensstatistik des Statistischen Bundesamtes
- die Beschäftigtenstatistik von der Bundesagentur für Arbeit,
- den Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes.

Bei der Unternehmensstatistik handelt es sich um eine jährlich durchgeführte Stichprobenerhebung, bei der absolute Zahlen, wie die Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten, aus der Stichprobe auf die Grundgesamtheit hochgerechnet werden. Dabei werden die Gesamtbeschäftigten und als Teilgröße die Teilzeitbeschäftigten zum Stichtag 30.09. erhoben, jedoch keine Vollzeitäquivalente. Die Definition der „Beschäftigten“ in der Handelsstatistik entspricht der der „Erwerbstätigen“. <sup>4</sup>

Bis zum Jahr 1993 wurde die Stichprobenerhebung durch eine in größeren Zeitabständen (in der Regel alle zehn Jahre) durchgeführte Vollerhebung aller Unternehmen und Arbeitsstätten des Handels (Handels- und Gaststättenzählung) ergänzt. <sup>5</sup> Mit der Jahreserhebung 1993 wurde die Klassifikation WZ 1993 eingeführt, und es lagen erstmals Werte für Gesamtdeutschland vor.

Die Klassifikation WZ 2008 wird seit der Jahreserhebung 2009 verwendet. Darüber hinaus wurde die Erhebungsmethode mit der Jahreserhebung 2009 grundlegend überarbeitet in Bezug auf die Stichprobenziehung und Hochrechnung, um sie qualitativ zu verbessern mit dem Effekt, dass die hochgerechnete Unternehmenszahl in der Abteilung Einzelhandel (WZ 2008-47) um rund 20% höher ausfällt als im Vorjahr (Destatis, 2015, S. 7). Das bedeutet, dass die Anzahl der Unternehmen und alle damit verbundenen absoluten Zahlen, wie die Anzahl der Beschäftigten, vor der Revision systematisch zu niedrig ausgewiesen wurden mit der Konsequenz, dass die absoluten Zahlen der Jahreserhebungen ab 2009 nicht mit denen der Jahre bis 2008 für ökonomische Analysen verglichen werden können (Destatis, 2015, S. 7). Bei der Beschäftigungsstatistik, die im Unterschied zur Jahresstatistik im Handel die tätigen Inhaber und mithelfenden Familienangehörige nicht inkludiert, handelt es sich um eine Sekundärstatistik, die aus den Prozessdaten der Meldung zur Sozialversicherung generiert wird und den Charakter

---

<sup>4</sup> Definition der Beschäftigten in der Unternehmensstatistik: „Beschäftigte sind alle im Unternehmen tätigen Personen, einschließlich mitarbeitender Inhaber, unbezahlt mithelfende Familienangehörige sowie Personen, die außerhalb des Unternehmens tätig sind, aber von ihm entlohnt werden (z.B. Heimarbeiter, Reisende, Lieferpersonal). Einzubeziehen sind auch vorübergehend Abwesende (z.B. wegen Erkrankung oder Urlaub). Aushilfskräfte, auszubildende sowie Teilzeitbeschäftigte einschließlich der geringfügig Beschäftigten (ohne Umrechnung auf Vollzeitbeschäftigte) Nicht mit einzubeziehen sind weibliche Beschäftigte in Mutterschaftsurlaub. Nicht einzubeziehen sind Arbeitskräfte, die von anderen Unternehmen zur Verfügung gestellt werden oder im Auftrag anderer Unternehmen Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten ausführen, sowie Wehr- oder Zivildienstleistende.“ „Teilzeitbeschäftigte sind Lohn- oder Gehaltsempfänger, deren wöchentliche Arbeitszeit kürzer ist als die orts-, branchen- oder betriebsübliche wöchentliche Arbeitszeit (z.B. Halbtagskräfte und Personen, die nur an bestimmten Wochentagen tätig sind). Hierzu gehören auch Aushilfskräfte und 400-Euro-beschäftigte. (Statistisches Bundesamt, 2005)

<sup>5</sup> Solche Vollerhebungen wurden in den Jahre 1960, 1968, 1979, 1985 und 1993 durchgeführt

einer Vollerhebung hat (Bundesagentur für Arbeit, 2017, S. 21). Seit 1974 liegen aggregierte Zahlen zu den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten quartalsweise vor, zunächst nur für das Bundesgebiet West, nach der Wiedervereinigung auch für Gesamtdeutschland (Bundesagentur für Arbeit, 2017, S. 27). Seit Juni 1999 liegen auch die Daten der geringfügig Beschäftigten vor. Zu beachten ist, dass ab 1999 ein neues Meldeverfahren eingeführt wurde, so dass die Vergleichbarkeit aggregierter Zahlen ab diesem Jahr zu früheren Stichtagen nur eingeschränkt möglich ist (Bundesagentur für Arbeit, 2017, S. 27). Die für den Einzelhandel wesentlichen Änderungen der Klassifikation der Wirtschaftszweige in Ausgaben 1993 und 2008 wurden in der BA-Statistik ab dem Jahr 1998 bzw. 2008 umgesetzt, wobei die Daten nur nach Wirtschaftsabschnitten (Handel insgesamt) veröffentlicht werden. Die für den Einzelhandel berichteten Jahresdaten sind vom HDE auf Grundlage einer Sonderauswertung der Agentur für Arbeit aufbereitet worden und beziehen sich zeitlich jeweils auf den Stichtag 30.09. sowie abgrenzungsmäßig auf den Einzelhandel im engeren Sinne (Einzelhandel ohne Handel mit Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken). Sie sind für die Jahre 2004 bis 2016 verfügbar und damit für diesen Zeitraum ohne Brüche.

Der Mikrozensus basiert auf einer Stichprobenerhebung des statistischen Bundesamtes auf Ebene der Haushalte, bei der u.a. das tatsächliche Arbeitsvolumen der im Haushalt lebenden Personen in Stunden erfasst wird, sowohl für die abhängig Beschäftigten als auch für Selbständige und mithelfende Familienangehörige. Mit Hilfe dieser Daten werden im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (EVSG) Arbeitszeitvolumina in Stunden ermittelt, wobei hier die Daten für die Abteilung Einzelhandel normalerweise nicht separat ausgewiesen werden, sondern nur auf der höheren Aggregatsebene (Wirtschaftsabschnitt „Handel, Verkehr, Gastgewerbe“ = „G“). Im Rahmen einer Sonderveröffentlichung (Deutscher Bundestag, 2016, S. 196) wurden jedoch die Arbeitszeitvolumina für die abhängig Beschäftigten, differenziert nach Vollzeit und Teilzeit (inklusive geringfügig Beschäftigten), für den Zeitraum 1991 bis 2017 dargestellt. Außerdem wurden auch die durchschnittlich geleisteten Stunden je Voll- und Teilzeitbeschäftigtem berichtet. Mit Hilfe dieser beiden Werte (Quotient aus durchschnittlichen Stunden je Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigtem) lässt sich ein Umrechnungsfaktor für Teilzeitbeschäftigte (inklusive der geringfügigen) zur Berechnung von Vollzeitäquivalenten ermitteln.

Auch beim Mikrozensus sind methodische Brüche zu berücksichtigen (Deutscher Bundestag, 2016, S. 3):

- Veränderungen in der Klassifikation der Wirtschaftszweige. Davon sind, wie oben erläutert, insbesondere die Übergänge von 1994 auf 1995 (Übergang auf WZ93) sowie von 2008 auf 2009 (Übergang auf WZ08) betroffen.
- Umstellung von einer festen Stichwoche auf eine kontinuierliche Erhebung sowie ein neues Hochrechnungsverfahren im Übergang von 2004 auf 2005.



- Umstellung der Hochrechnung auf die Bevölkerungsfortschreibung des Zensus 2011 im Übergang von 2010 auf 2011

Für die Analyse der Beschäftigungsentwicklung können damit die Zeiträume 1991 bis 1994, 1995 bis 2004, 2005 bis 2010 und seit 2011 als (weitgehend) bruchfrei betrachtet.

### *Beurteilung der Statistiken*

Hinsichtlich des einbezogenen Personenkreises bietet die Handelsstatistik den besten Ansatz, sie hat jedoch den Nachteil, dass die ausgewiesene Größe der Gesamtbeschäftigten weniger aussagekräftig ist. Der Mikrozensus liefert zwar mit dem Arbeitsvolumen in Stunden den validesten Wert im Hinblick auf die Beschäftigung, es fehlt jedoch die Gruppe der Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen. Zudem sind Daten nur für den Zeitraum nach 1990 verfügbar, und es sind zahlreiche methodische Brüche zu verzeichnen.

Die Beschäftigtenstatistik ist weder vollumfassend bzgl. des Personenkreises, noch liefert sie Stunden oder Vollzeitäquivalente. Sie weist jedoch für die jüngere Vergangenheit keine Brüche in der Zeitreihe auf.

Keine der verfügbaren Statistiken ist damit in jeder Hinsicht optimal für die Untersuchung. Für die weitere Analyse erscheint es zweckmäßig, die Beschäftigten aus der Handelsstatistik und der Beschäftigtenstatistik der Agentur für Arbeit in Vollzeitäquivalente umzurechnen.

Der Mikrozensus ermöglicht es, die durchschnittlich geleistete Arbeitszeit der Teilzeitbeschäftigten ins Verhältnis zur durchschnittlichen wöchentlichen Arbeitszeit einer Vollzeitkraft zu setzen. Dabei ergeben sich Werte zwischen 0,44 und 0,51. Der Durchschnittswert für den Zeitraum 1991 bis 2017 liegt bei 0,46, wobei in den ersten fünf Jahren höhere Werte im Durchschnitt von 0,5 zu verzeichnen sind (vgl. Anhang 7). Für frühere Zeiträume vor 1990 scheint es daher angebracht zu sein, einen konstanten Umrechnungsfaktor von 0,5 zu verwenden. Für die Berechnung von Vollzeitäquivalenten im Zeitraum nach 1990 kann dagegen auf die jährlich geringfügig schwankenden Faktoren aus dem Mikrozensus zurückgegriffen werden.

### 3.2 Zur Beschäftigung vor der Wiedervereinigung

Zahlen zur Beschäftigung im Einzelhandel für die Zeit von 1960 bis 1990 sind einer Datensammlung des Deutschen Handelsinstituts zu entnehmen, die auf der amtlichen Statistik beruht (DHI, 1991, S. 64).

Tabelle 6: Entwicklung der Beschäftigtenzahlen zwischen 1960 und 1990 (DHI, 1991, S. 64 und eigene Berechnung)

Jahr	Vollbeschäftigte in 1000	Teilzeitbeschäftigte in 1000	Beschäftigte gesamt in 1000	Vollzeitäquivalente in 1000 (Faktor TZ 0,5)
1960	1.930	200	2.130	2.030
1970	1.842	401	2.243	2.042
1980	1.803	677	2.480	2.142
1985	1.731	747	2.478	2.004
1988	1.781	841	2.622	2.201
1989	1.782	871	2.653	2.217
1990	1.799	914	2.713	2.256

Hinweise zur Tabelle. Beschäftigte in den „Unternehmen“ des Einzelhandels. Errechnet nach den Ergebnissen der Arbeitstättenzählungen von 1961 und 1970 und der Handels- und Gaststättenzählung vom 31.3.1979 und vom 29.3.1985. Zwischenjahre und Fortschreibung nach der lfd. Repräsentativstatistik über Umsatz- und Beschäftigtenentwicklung im Einzelhandel unter Berücksichtigung von Korrekturen der Umsatzentwicklung durch die Umsatzsteuerstatistiken. Das Ergebnis für 1990 wird als vorläufig angegeben. Die letzte Spalte ist eine eigene Berechnung.

Die Tabelle 6 macht deutlich, dass die Zahl der Vollzeitbeschäftigten mehrmals rückläufig war, während die Zahl der Teilzeitbeschäftigten stark angestiegen ist. Würde man darüber hinweg sehen, dass Teilzeitbeschäftigte weniger arbeiten als Vollzeitbeschäftigte und beide Zahlen addieren, ergäbe sich ein kontinuierlicher Anstieg der Beschäftigten über den gesamten Zeitraum. Rechnet man die Teilzeitbeschäftigten mit dem Faktor 0,5, ergeben sich die in der letzten Spalte der Tabelle angegebenen Werte. Von einem kontinuierlichen Rückgang der Beschäftigten im Einzelhandel kann nicht gesprochen werden, eher gilt das Gegenteil.

### 3.3 Zur Beschäftigung nach der Wiedervereinigung

#### *Angaben zur Beschäftigung nach der Unternehmensstatistik*

Das Statistische Bundesamt weist die Anzahl der Unternehmungen im Einzelhandel, die Anzahl der Beschäftigten und zahlreiche weitere Merkmale aus. So finden sich für das vorläufig letzte Jahr (2016) die in Tabelle 7 ausgewiesenen Angaben für unterschiedliche Segmente des Einzelhandels.

Tabelle 7: Anzahl der Beschäftigten im Einzelhandel im Jahr 2016 (Destatis, 2018 und eigene Berechnung)

Jahr WZ2008 (ausgewählte Positionen: Handel)		Unter- nehmen	Örtliche Einheiten	Beschäftigte	Arbeit- nehmer	Teilzeit- beschäftigte	Vollzeitäquivalente (Bewertung Teilzeitbeschäftigte mit Faktor 0,47)
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
WZ08-47	Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	333.294	476.388	3.566.038	3.235.259	1.888.181	2.565.302
WZ08-47-02	Einzelhandel oh. Handel m. Kfz und oh. Tankstellen	328.120	469.394	3.508.426	3.182.194	1.857.948	2.523.714
WZ08-471-01	Einzelhandel in Verkaufsräumen	288.272	426.763	3.318.992	3.035.315	1.799.176	2.365.429
WZ08-471-02	Einzelhandel im klassischen Sinne	322.132	460.502	3.321.799	3.001.939	1.726.917	2.406.533
WZ08-471-03	Einzelhandel im engeren Sinne	309.291	445.719	3.261.840	2.954.678	1.714.270	2.353.277
WZ08-471-04	Eh. Ohne Brennstoff-Eh. Und ohne Tankstellen	326.723	467.813	3.500.014	3.175.203	1.855.073	2.516.825

Die Tabelle differenziert das Ausmaß der Beschäftigung, indem der Einzelhandel unterschiedlich weit abgegrenzt wird und indem in Beschäftigte, Arbeitnehmer und Teilzeitbeschäftigte unterschieden wird. Maßgebend für die Erhebung ist die Klassifikation WZ 2008. Die verschieden weit abgegrenzten Einzelhandelsdefinitionen ergeben sich durch Einbezug bzw. Elimination insbesondere des Umsatzes von Apotheken, des Einzelhandels vom Lager mit Brennstoffen, des Ladenumsatzes der Lebensmittelhandwerks, des Handels mit Kraftwagenteilen und Zubehör, die freiverkäufliche, nicht rezeptpflichtige Ware in Apotheken (vgl. zu Einzelheiten gif (Hrsg.) 9, S. 5f).

Die Abbildung 6 zeigt die Entwicklung der Beschäftigten ab 2005 normiert für die Klassifikation WZ 2008-47-02 „Einzelhandel oh. Handel m. Kfz und oh. Tankstellen“. In dieser Zeitreihe ist der methodische Bruch im Übergang von 2008 auf 2009 zu berücksichtigen. In den Zeiträumen vor und nach dem Bruch ist insgesamt ein Anstieg zu verzeichnen, wobei leichte Rückgänge bei den Vollzeitäquivalenten in 2010 und 2013 zu beobachten sind.

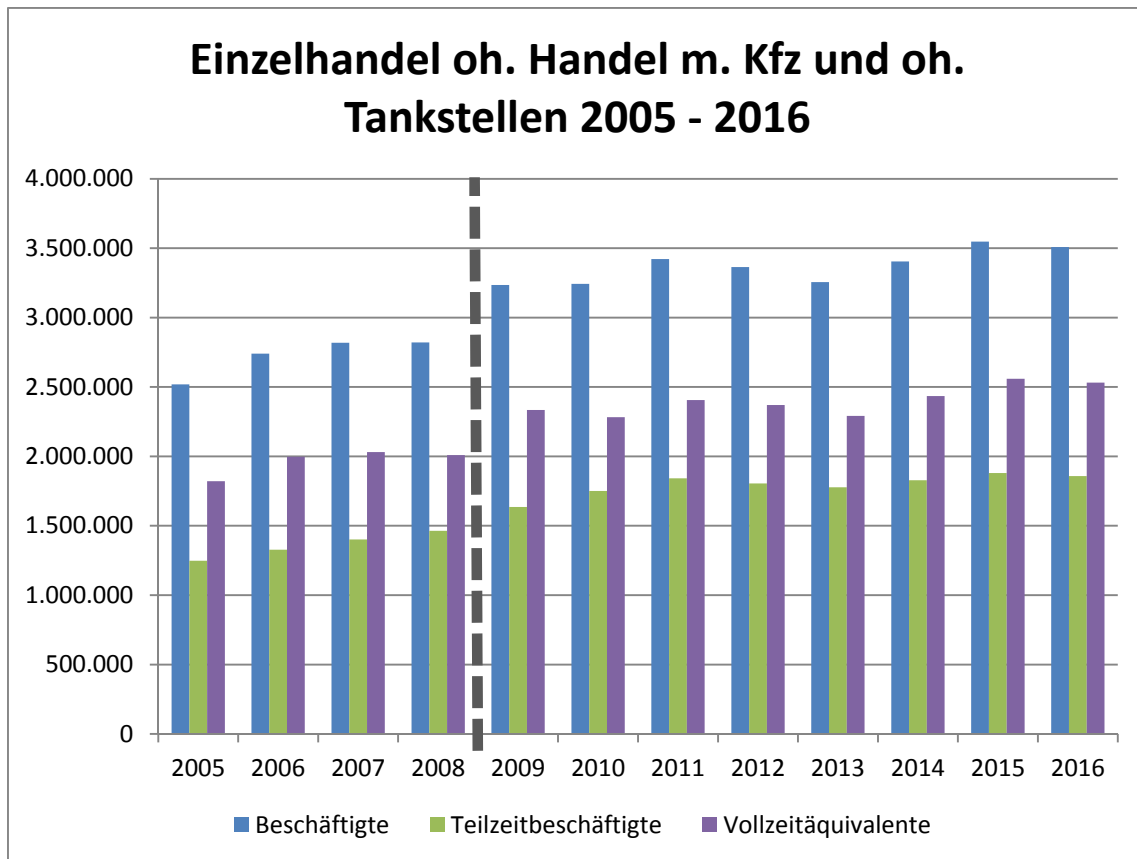


Abbildung 6: Beschäftigungsentwicklung im Einzelhandel ohne Handel mit Kfz und ohne Tankstellen (Destatis, 2018)

### *Angaben der Bundesagentur für Arbeit*

Im Jahr 2017 arbeiteten circa 38% der 3 Millionen Beschäftigten im Einzelhandel (im engeren Sinne) in Vollzeit, während weitere 35 Prozent eine sozialversicherungspflichtige Teilzeitstelle besetzten. Damit befanden sich zu diesem Zeitpunkt etwa 2,2 Millionen Beschäftigte in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis. Rund 800.000 Personen waren geringfügig beschäftigt. Im Zeitraum von 2004 bis 2017 konnte der Einzelhandel ein Wachstum der Gesamtbeschäftigung von 12% verzeichnen. Die Zuwächse resultieren vorwiegend aus der Steigerung der Teilzeitbeschäftigung, die im gleichen Zeitraum mehr als 400.000 Arbeitsstellen aufbauen konnten (+71%). Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten sank um rund 108.000 (-8,0%). Fast unverändert gegenüber 2004 ist die Anzahl der geringfügig Beschäftigten, wobei diese im Jahre 2010 einen Höchststand von 938.000 erreichten, der zwischenzeitlich wieder um 135.000 unterschritten wurde.

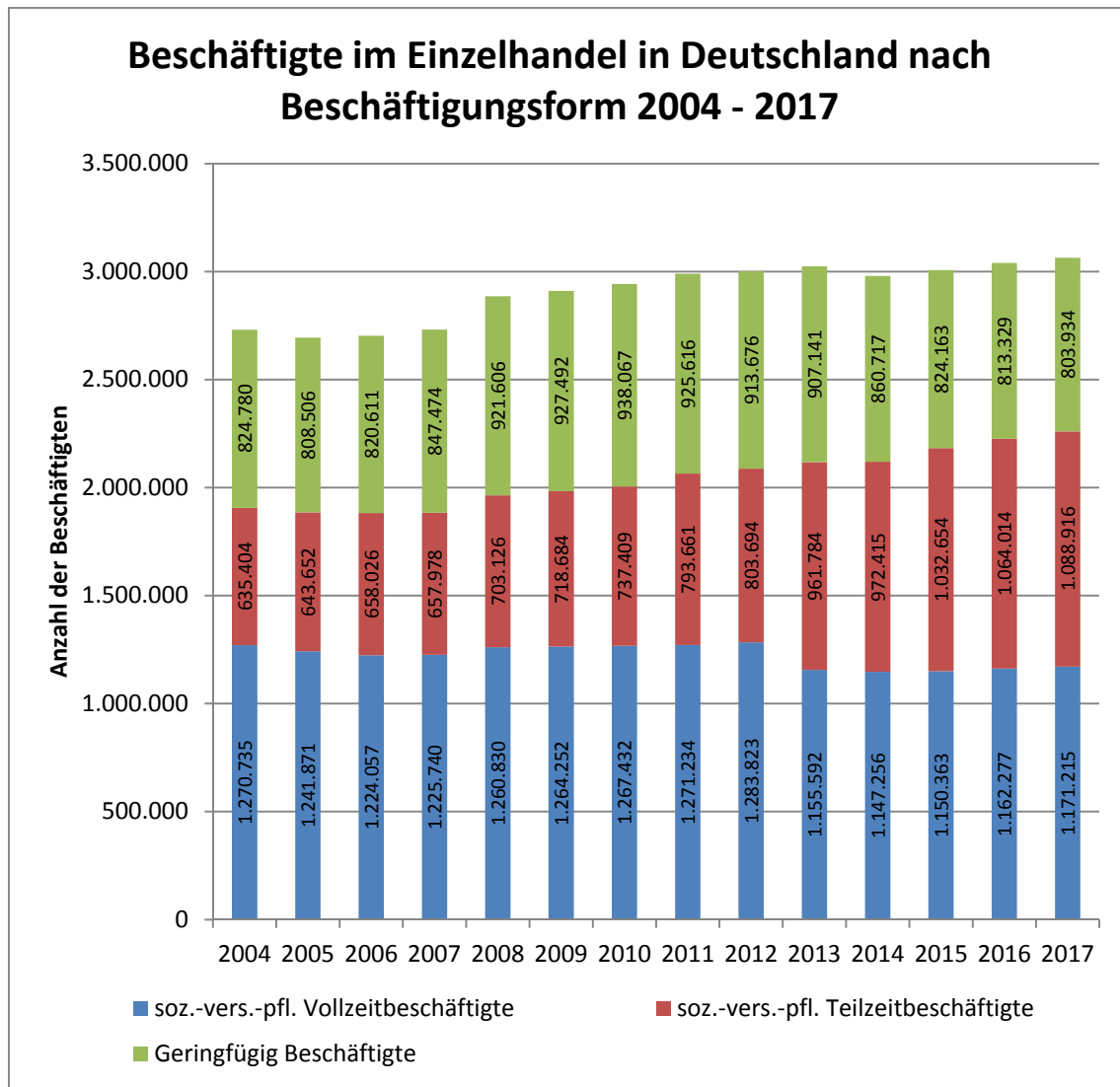


Abbildung 7: Beschäftigte im Einzelhandel in Deutschland nach Beschäftigungsform von 2004 bis 2017: Bundesagentur für Arbeit; stichtagsbezogene Angaben zum 30.09. (Statista, 2018)

Die Abbildung 8 zeigt die Entwicklung der Gesamtbeschäftigten im Vergleich zu den Vollzeitäquivalenten.

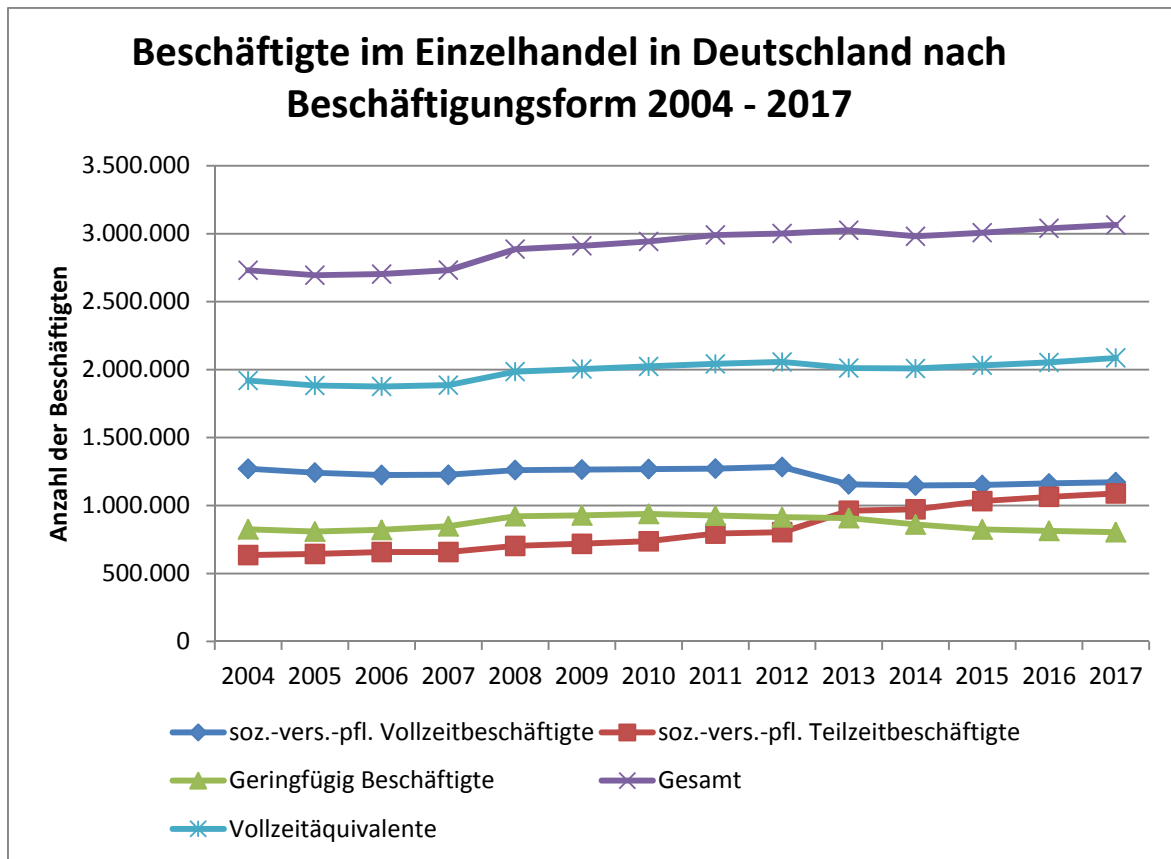


Abbildung 8: Beschäftigte im Einzelhandel in Deutschland nach Beschäftigungsform von 2004 bis 2017: Bundesagentur für Arbeit; stichtagsbezogene Angaben zum 30.09. (Statista, 2018)

#### *Angaben nach dem Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes*

Im Zeitraum von 1991 bis 1994 ist eine leichte Zunahme des Gesamtvolumens der Arbeitsstunden von 4,4 auf den bisher höchsten Stand von 4,6 Milliarden Stunden zu verzeichnen gewesen, im Zeitraum von 1995 bis 2004 dagegen ein Rückgang von 4,4 auf 3,7 Milliarden Stunden (-15%), der ausschließlich auf den Abbau von Vollzeitstellen zurückzuführen ist, da das Stundenvolumen der Teilzeitbeschäftigten weiterhin leicht zugenommen hat. Von 2005 bis 2010 ist das Arbeitszeitvolumen von 3,8 auf 4,1 Milliarden Stunden und seit 2011 von 3,9 auf zuletzt 4,2 Milliarden Stunden im Jahr 2017 gestiegen, was auf einen Zuwachs sowohl bei den Teilzeit- als auch bei den Vollzeitbeschäftigten zurückzuführen ist, wobei letztere im Verhältnis etwas weniger zugenommen haben. Über den gesamten Zeitraum von 1991 bis 2017 ist der Anteil des Stundenvolumens der Teilzeitbeschäftigten am Gesamtstundenvolumen von 19 auf rund 31% angewachsen, was sich mit dem festgestellten Zuwachs der Teilzeitbeschäftigten aus der Beschäftigtenstatistik deckt.

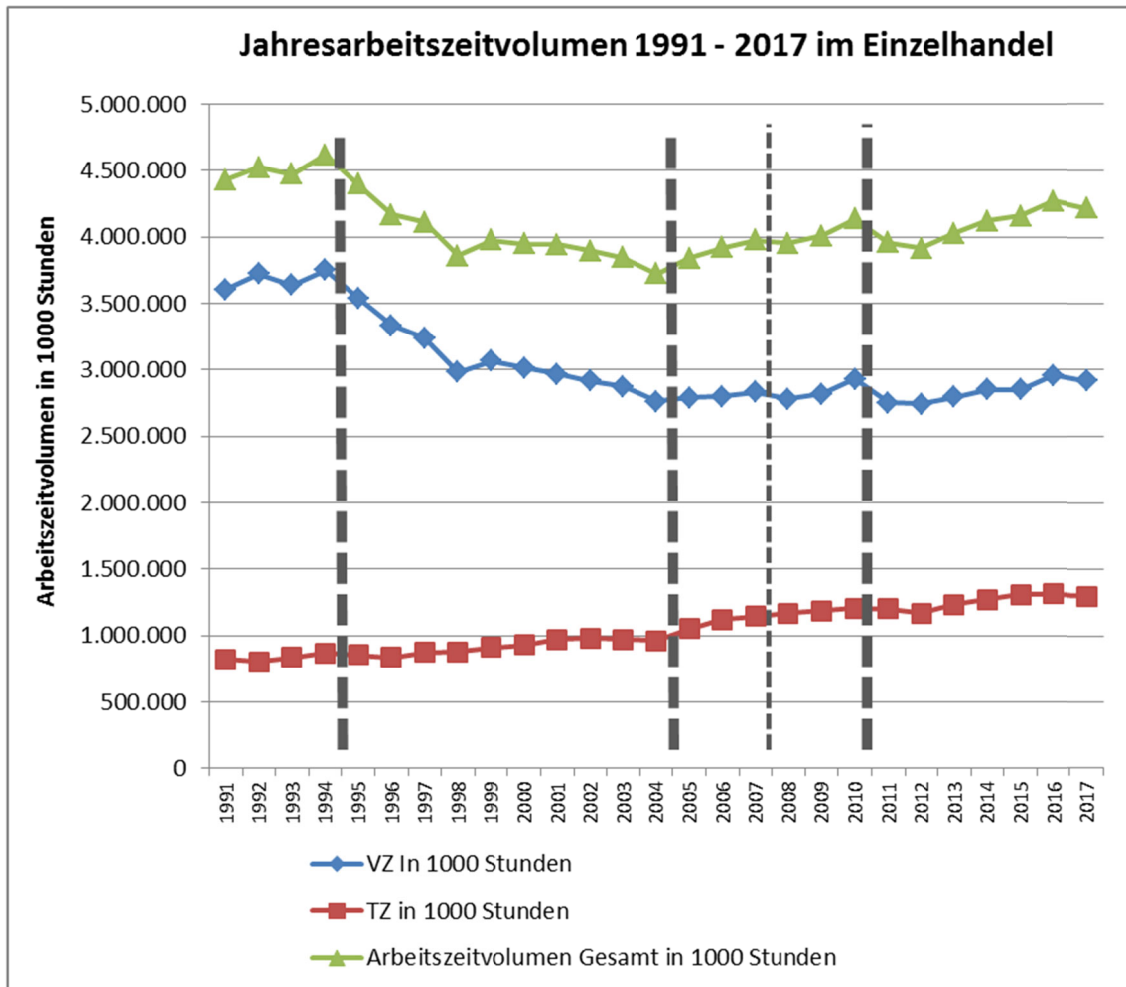


Abbildung 9: Abhängig Beschäftigte im Einzelhandel nach Jahresarbeitszeitvolumen von 2004 bis 2014 in Milliarden Stunden (Statistisches Bundesamt, 2018) und (Deutscher Bundestag, 2016, S. 196)

Die Abbildung 10 fasst die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen nach der Beschäftigungsstatistik, der Jahresarbeitszeitvolumina sowie die berechneten Vollzeitäquivalente für die Zeit ab 2005 zusammen und zeigt die Veränderung in Prozent zum Ausgangsjahr. Zusammenfassend ist ein Wachstum sowohl in der Gesamtbeschäftigung als auch beim Jahresarbeitszeitvolumen in der jüngeren Vergangenheit festzustellen.

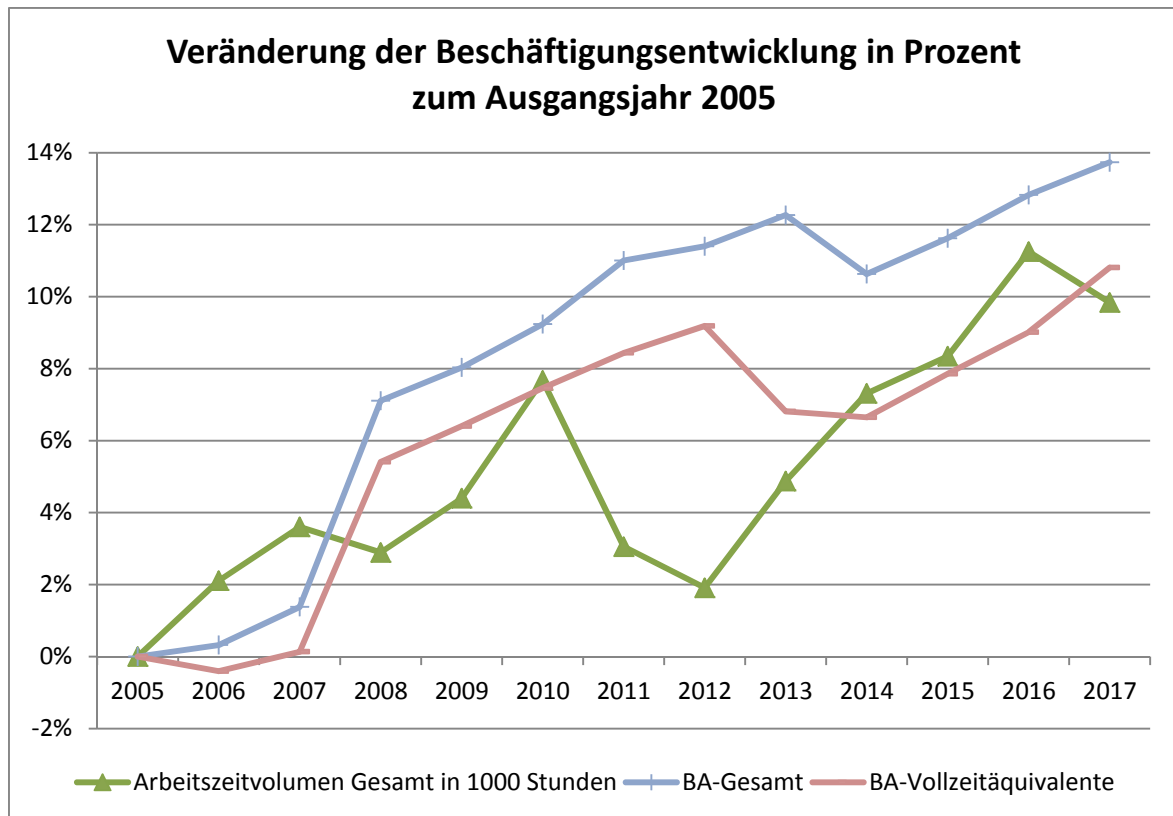


Abbildung 10: Veränderung der Beschäftigungsentwicklung in Prozent zum Ausgangsjahr 2005;  
Quelle: Eigene Darstellung nach den Daten des Mikrozensus und des HDE auf Grundlage der BA (HDE, 2017)

Für den Zeitraum nach der Wiedervereinigung kann also in einer ersten Phase bis 1994 ein Wachstum der Beschäftigung festgestellt werden. In der Phase von 1995 bis 2004 ist ein Rückgang zu verzeichnen, während in einer dritten Phase ab 2005 wieder ein Anstieg zu beobachten ist.

Abschließend ist festzustellen, dass der Einzelhandel mit etwa 3 Millionen Arbeitnehmern, mehr als 3,2 Millionen Beschäftigten und etwa 2,5 Millionen Vollzeitäquivalenten (in Bezug auf die Beschäftigten) zu den großen Arbeitgebern in Deutschland gehört. Dies gilt unabhängig von der jeweiligen Definition oder der Methode zur Erhebung der Daten.



## 4 Zusammenhänge zwischen dem Wandel im Einzelhandel und der Beschäftigung

Die zentrale Frage des vorliegenden Beitrags lautet, ob in der Geschichte des Einzelhandels, die durch einen dynamischen Wandel gekennzeichnet war, zu beobachten war, dass die Expansion neuer Betriebsformen, insbesondere solcher mit aggressiver Preispolitik, zu einem Verlust von Arbeitsplätzen in dem gesamten Wirtschaftszweig geführt hat. Dazu werden zunächst Sichtweisen aus der Literatur referiert, in denen überwiegend die Meinung vertreten wird, dass sich durch die Ausbreitung personalextensiver Formen des Handels die Zahl der Arbeitsplätze im Einzelhandel reduziert.

### 4.1 Sichtweisen in der Literatur

In der Literatur waren nur wenige Beiträge aufzufinden, die sich mit den Zusammenhängen zwischen dem Wandel im Einzelhandel und der Beschäftigung im Einzelhandel auseinandergesetzt haben. Meistens wird vor Arbeitsplatzverlusten gewarnt. Auf diese Beiträge wird im Folgenden eingegangen. Außerdem wird Ausschau nach Argumenten gehalten, die gegen einen Arbeitsverlust sprechen.

#### *Warnungen vor Arbeitsplatzverlusten und Aufzeigen möglicher Gründe*

Ein Arbeitsplatzverlust im Einzelhandel wird häufig unterstellt. So wird etwa argumentiert, dass durch die personalextensive Betriebsform des Einkaufszentrums im klassischen Einzelhandel Arbeitsplätze im Verhältnis eins zu drei vernichtet werden (Dieckmann, 2000). Die erhöhte Attraktivität, die von neuen Shopping-Centern ausgehe, könne zu Kaufkraftabflüssen aus Nebenstädten führen, was wiederum den dortigen Einzelhandel bedrohen würde. Durch die Umsatzverlagerung in Center und den Frequenzverlust müsste es folglich zu Leerständen und damit zum Abbau von Arbeitsplätzen in den Nebenlagen kommen (Falk, B., 2014).

In der Diplomarbeit von Carsten Dieckmann aus dem Jahre 2000 zum Thema „Auswirkungen von Factory-Outlet-Center auf den Einzelhandel“ geht es in erster Linie um die Wirkung von Factory-Outlet-Centern auf den innerstädtischen Einzelhandel und das damit verbundene zentralörtliche Gliederungsprinzip der Raumordnung. Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Frage nach der Reichweite dieser Betriebsform und welche Folgen unterschiedliche Annahmen zum Einzugsgebiet haben. Dieckmann befasst sich in diesem Zusammenhang auch mit den umstrittenen Auswirkungen auf die Beschäftigung und zeichnet die Argumentationslinien der Gegner und Befürworter in beschäftigungspoliti-

scher Hinsicht nach.<sup>6</sup> Diese stehen unter der Prämisse, dass es durch die Ansiedlung lediglich zu einer Umsatzverlagerung kommt (Dieckmann, 2000, S. 34).

*„Es wird [von den Gegnern] darauf hingewiesen, dass es sich [bei] Shopping-Centern [...] um eine personalextensive Betriebsform handelt. Ihr wird unterstellt, dass sie Arbeitsplätze im Verhältnis eins zu drei vernichtet.“* (Dieckmann, 2000, S. 34). Die FOC-Betreiber halten dem entgegen, *„dass es aufgrund der kleinteiligen Struktur der Ladeneinheiten [im FOC] zu vergleichbaren Personalquoten kommt“* (Dieckmann, 2000, S. 35).

Dieckmann fügt ergänzend hinzu, dass die Produktivitätskennziffern aufgrund der undurchsichtigen Datenlagen im traditionellen Einzelhandel beide Interpretationen bedingt zuließen. Er kommt zu der Einschätzung, dass eine abschließende Beurteilung nur im Einzelfall möglich sei und von einer konzepttreuen Umsetzung abhängen. Er geht davon aus, dass mit zunehmender Integration von Off-Price-Stores oder Fachmärkten ein Arbeitsplatzverlust in der Region im oben beschriebenen Verhältnis einsetzen wird (Dieckmann, 2000, S. 35).

Unter dem Titel „Heute bekämpft man sich mit Einkaufszentren“ schreibt Stadtmarketing-Experte Christian Klotz über die Dezentralisierung durch Einkaufszentren auf der grünen Wiese und die Schwächung der Stadtkerne. Den großen Handelsketten reichten, aufgrund der hohen Umsätze, eine Gewinnspanne von 0,1 Prozent. Mit diesen Gewinnspannen könnten regionale Einzelhandelsunternehmen selten mithalten und überleben diese Konkurrenz nicht. Klotz bezeichnet die Discounter als „Wertevernichter“ (Klotz, 2015, S. 11). Diese Auswirkung sieht er auch bei der Beschäftigung:

*„Ein Mitarbeiter im Einzelhandel macht jährlich rund 120.000 Euro Umsatz, ein Mitarbeiter im Discounter erwirtschaftet etwa 1,5 Millionen Euro. Das bedeutet, dass ein Arbeitsplatz im Discounter zehn andere Arbeitsplätze zerstört“* (Klotz, 2015, S. 11).

Walter Brune gilt als einer der schärfsten Kritiker von Einkaufszentren und Factory-Outlet-Center. In seiner Streitschrift „Factory Outlet Center – Ein neuer Angriff auf die City“ schreibt er über die Gefährdung und Veränderung die von Factory-Outlet-Center ausgeht. Er sieht in der Betriebsform den „Niedergang der Urbanität“ und die Gefährdung der Attraktivität einer Stadt (Brune, 2014, S. 45 ff.). In Bezug auf die Beschäftigung schreibt er folgendes:

*„Auch die Hoffnung, durch ein FOC könnten zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden[...], wird sich nicht erfüllen. Ein Shopping-Center oder ein FOC vernichtet mehr Arbeitsplätze im vorhandenen Einzelhandel, als es neue schafft. [...] Man rechnet, dass*

---

<sup>6</sup> Da die Originalquellen der Gewerkschaft HBV aufgrund des Übergangs auf die Gewerkschaft ver.di nicht mehr verfügbar sind, müssen wir uns auf die Diplomarbeit von Dieckmann als Sekundärquelle beschränken.

*etwa doppelt so viele Verkaufsflächen benötigt werden wie im traditionellen Einzelhandel, um gleich viele Arbeitsplätze zu schaffen“ (Brune, 2014, S. 45 ff.).*

Zu diesem Schluss kommt er, da traditionelle Fachgeschäfte ebenso wie Kaufhäuser mehr Personal benötigen als moderne Betriebsformen, die mit weniger Personal auskommen. Durch die Umsatzverlagerung hin zum Factory-Outlet-Center, bei gleichbleibender Kaufkraft, stehen dem innerstädtischen Einzelhandel enorme Umsatzeinbußen bevor. Brune rechnet im FOC mit durchschnittlich 7.000 Euro Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche. Bei einer Verkaufsfläche von 20.000 Quadratmeter bedeutet das einen Kaufkraftabzug von 140 Millionen Euro. Weiterhin zieht er daraus eine negative Arbeitsplatzbilanz, da nach der Eröffnung von neuen Einkaufszentren die etablierten Einzelhandelsgeschäfte aufgeben müssen (Brune, 2014, S. 45 ff.).

### ***Beurteilung dieser Beiträge***

Wenngleich es sich nicht um Beiträge aus wissenschaftlichen Zeitschriften handelt, verdienen sie Beachtung. Es ist allerdings anzumerken, dass alle Beiträge nicht-empirischer Natur sind. Sie orientieren sich augenscheinlich - ohne dies explizit zu belegen - an Vorstellungen vom Personaleinsatz in unterschiedlichen Betriebsformen. In der Praxis werden diese häufig als Personalkosten in Prozent vom Umsatz zum Ausdruck gebracht. Wie aus Betriebsvergleichen zu entnehmen ist, streuen diese nicht nur innerhalb einer Betriebsform von Geschäft zu Geschäft, sondern unterscheiden sich auch zwischen einzelnen Betriebsformen. Wenn hierbei die Personalkosten eines Fachgeschäftes etwa fünfmal höher wären als die eines Discounters, dann wird dieser Wert auch wesentlich dadurch bestimmt, dass der Umsatz eines Discounters wesentlich höher ist als der eines Fachgeschäftes. Fachgeschäft und Discounter können so über einen gleich hohen Personalbestand verfügen. Nur wenn man unterstellen würde, dass ein neu gegründeter Discounter dem Umsatz von 5 Fachgeschäften auf sich ziehen würde und diese darauf schließen müssten, wären die geäußerten Schlussfolgerungen zutreffend. Demgegenüber kann es sein, dass der Discounter neue Marktpotenziale erschließt. Auch ist denkbar, dass die Konsumenten aufgrund des niedrigeren Preisniveaus der Discounter die dadurch frei werdenden Kaufkraftvolumina in anderen Bereichen des Einzelhandels verwenden.

Außerdem liegt diesen Beiträgen implizit die Annahme zugrunde, dass Personal proportional zum Umsatzverlust in bestehenden Geschäften abgebaut wird. Der Personaleinsatz im Einzelhandel ist jedoch bezogen auf das Geschäftsvolumen teilweise variabel und teilweise fix. Als fix ist der Personaleinsatz anzusehen, der der Aufrechterhaltung der Betriebsbereitschaft der vorhandenen Verkaufsstellen während der Öffnungszeiten sowie Verwaltungs- und Zentralfunktionen dient. Als variabel ist der Personaleinsatz anzusehen, der aus dem Verkaufsvolumen resultiert (zusätzliches Personal für die Bestelldisposition, Wareneingang und -verräumung, Bedienung und Beratung sowie die

Kassiervorgänge). Kommt es zu Umsatzverlagerungen infolge der Erschließung von neuen Verkaufsflächen (Einkaufszentren, Factory-Outlet-Center) können sich diese bei einem sehr großen Einzugsgebiet des Centers u.U. auf sehr viele bestehende Geschäfte verteilen, so dass einzelne Geschäfte nur marginal betroffen sind und dementsprechend nur Personal aus dem variablen Personaleinsatz abgebaut wird.

### *Argumente gegen einen Arbeitsplatzabbau*

In einigen Fällen ist es ganz offensichtlich, dass Innovationen zur Expansion - auch der Beschäftigten - führen. So hat z.B. die Erfindung und Einführung des S/w-Fernsehens zur Eröffnung zahlreicher Fachgeschäfte für diesen Produktbereich geführt. Auch nach der Erfindung neuer Bildschirmtechnologien blühte dieser Sektor auf. Insofern ist zu fragen, ob nicht auch im Einzelhandel bei Innovationen ähnliche Effekte zu erwarten sind. So ist zu beobachten, dass die neuen Betriebsformen, sowohl in Bezug auf die Größe einzelner Verkaufsstellen als auch in Bezug auf die im Einzelhandel insgesamt verfügbare Verkaufsfläche, ein außerordentlich starkes Wachstum aufwiesen. Auch wenn die Verkaufsfläche der Discounter in vielen Fällen auf 800 qm begrenzt war, so waren sie doch sehr viel größer als viele der früheren Lebensmittelgeschäfte. Sehr viel größer sind die hinzu gekommenen Verbrauchermärkte bzw. die SB-Warenhäuser gewesen, ganz zu schweigen von der Größe der Factory-Outlet-Center mit 10 bis 30.000 qm Verkaufsfläche. In der Summe hat die Verkaufsfläche des Einzelhandels ganz beträchtlich zugenommen, wie aus der Abbildung 11 hervorgeht.

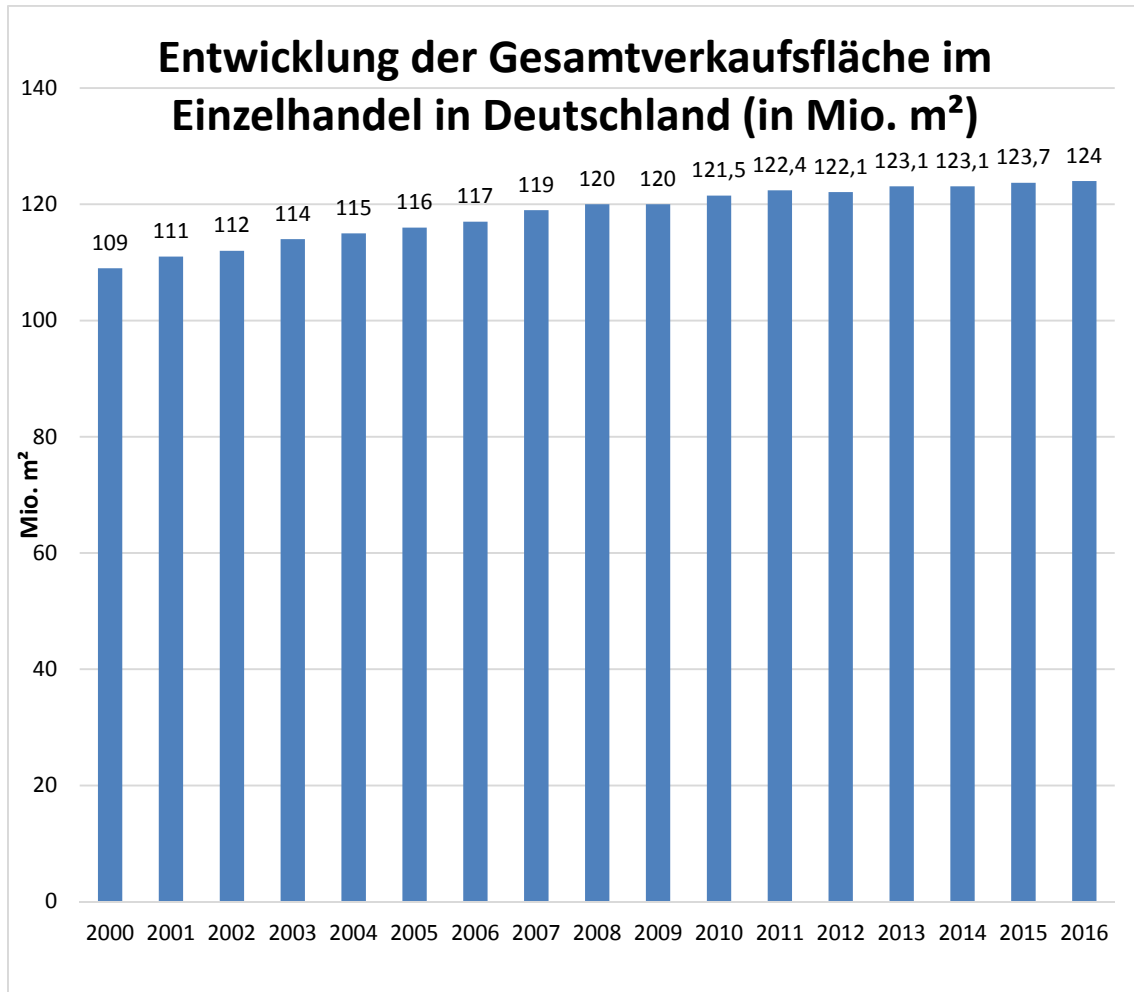


Abbildung 11: Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland in Millionen Quadratmetern (HDE, 2017)

Die neu hinzugekommene Verkaufsfläche muss ebenfalls durch Personal bewirtschaftet werden. Das zeigt sich bei Kassivorgängen, bei der Warenverräumung und -pflege, bei Retouren, durch Verkaufsgespräche, wenn diese auch in einigen Fällen von beschränktem Ausmaß sind usw. Wenn es auch zutreffend ist, dass die neuen Betriebsformen häufig mit weniger Personal arbeiten als die etablierten Betriebsformen, und es so (zunächst) plausibel erscheinen mag, dass mit einer Zunahme von Verkaufsstellen mit relativ geringem Personaleinsatz auch die Beschäftigung sinken könne, ist dies doch nicht zwangsläufig, wie schon ein kleines Rechenbeispiel zeigt. Nimmt man einmal an, dass in einem Gebiet sich nur 100 Betriebe mit jeweils 10 Beschäftigten befinden, so wären insgesamt 1.000 Personen beschäftigt. Würden jetzt 50 dieser Betriebe durch Neugründungen verdrängt, die jeweils bei gleichem Umsatz nur 6 Personen pro Verkaufsstelle beschäftigten, beträgt die Zahl der Neugründungen aber 100, dann resultierte daraus ein Beschäftigungsstand von 1.100, also ein Anstieg von 10%. Natürlich ist das nur ein Rechenexempel, aber es zeigt, dass auch bei einem wesentlichen Ausscheiden

von personalintensiven Betrieben ein Anstieg der Zahl der Beschäftigten möglich ist. Ob dies tatsächlich eintritt, bedarf näherer theoretischer und empirischer Betrachtung.

Während der Bedarf an Personal bei neuen Verkaufsflächen relativ zuverlässig abzuschätzen ist, ist es schwierig, den Abbau von Arbeitsplätzen im Altbestand zu erkennen. In der Marktforschungspraxis wird versucht, die Auswirkungen einer Neugründung oder einer Erweiterung Geschäft für Geschäft abzuschätzen, aber es ist klar, dass dies zu Werten führt, deren Richtigkeit dahingestellt bleiben muss. Objektiv ist es dagegen, auf die Gesamtzahl der Beschäftigten im Einzelhandel abzustellen, weil hierfür amtliche Daten geliefert werden. Dies ist der Weg, der im Folgenden beschritten wird.

## 4.2 Eine Systematik der Einflussfaktoren auf das Beschäftigungsniveau im Einzelhandel

Es ist das zentrale Anliegen des vorliegenden Beitrages einen Zusammenhang zwischen der Betriebsformendynamik im Einzelhandel und der Beschäftigungssituation zu untersuchen. Dieser Zusammenhang wird auch in Abbildung 12 dargestellt.

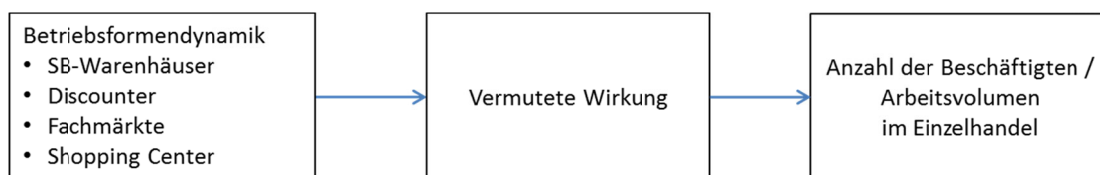


Abbildung 12: Zusammenhang zwischen Betriebsformendynamik und Beschäftigung

Die aus der Literatur zitierten Stimmen vermuten vorwiegend, dass sich die historischen Veränderungen im Einzelhandel senkend auf die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel ausgewirkt haben. Das immer wieder zu hörende Argument für diese Vermutung ist die Feststellung, dass die Personalintensität in den aufgeführten Betriebsformen niedriger ist als in den klassischen Betriebsformen, wie insbesondere den Fachgeschäften sowie den Kauf- und Warenhäusern. Misst man die Personalintensität an der Höhe der auf den Umsatz bezogenen Personalkosten, so ist diese Aussage richtig.

In den kritischen Beiträgen zur Entwicklung des Einzelhandels klingt auch an, dass die neuen Betriebsformen eine wesentlich erhöhte Verkaufsfläche aufweisen müssten, um die gleiche Beschäftigung zu erreichen wie die traditionellen Vertriebsformen. So schreibt Brune, dass doppelt so viele Verkaufsflächen benötigt würden wie im traditionellen Einzelhandel, um gleich viel Arbeitsplätze zu schaffen. Er untersucht allerdings nicht, in welchem Ausmaß die Verkaufsfläche tatsächlich angewachsen ist. Während man ohne einen Blick auf das Wachstum der Verkaufsfläche geneigt sein könnte, die Hypothese zu formulieren, dass die Ausbreitung der Discounter, SB-Warenhäuser und Shopping-Center zu einer Verringerung der Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel

führt, würde man unter Berücksichtigung des Wachstums der Verkaufsfläche geneigt sein, auch die gegenteilige Hypothese zu formulieren, dass also bei einem deutlichen Wachstum der Verkaufsfläche die Beschäftigtenzahl auch bei einem Wandel der Betriebsformen nicht sinkt.

Diese Zusammenhänge regen an, nach weiteren Einflussfaktoren Ausschau zu halten. Hierzu eignen sich personalwirtschaftliche Überlegungen zum Personaleinsatz im Einzelhandel. Die Gesamtbeschäftigung im Einzelhandel ergibt sich aus der Aggregation des einzelbetrieblichen Personaleinsatzes. Der Personaleinsatz ist das Resultat des erwarteten Personalbedarfs. Dieser kann formal wie folgt dargestellt werden:

$$\text{Personalbedarf} = \sum_{i=1}^n \text{Ausführungszeit} (i) \times \text{Menge} (i) \quad (i = \text{Prozesse } 1, \dots, n)$$

Der Personalbedarf ergibt sich aus dem durchschnittlichen Zeitbedarf für eine Prozessausführung multipliziert mit der Prozessmenge, aufsummiert über alle Prozesse im Unternehmen.

Aus diesem Zusammenhang ergeben sich drei Ansatzpunkte, die den Personalbedarf beeinflussen:

- a) Das Wegfallen bestehender Prozesse bzw. das Hinzukommen neuer Prozesse,
- b) Veränderungen der Prozessmengen,
- c) Veränderungen der Ausführungszeit für einen Prozess.

Zu a)

Prozesse können im Einzelhandel in unterschiedlicher Form entfallen: durch einen völligen Verzicht oder einen niedrigeren Servicelevel (z.B. Beratung), eine Übertragung auf den Kunden (z.B. Selbstbedienung, self-checkout-Kassen), auf die Lieferanten, z.B. bei der Bestandssteuerung (vendor managed inventory), der Warenverräumung und Regalpflege (rack-jobbing), an System-/Verbundgruppenzentralen, z.B. bei Einkauf und Marketing, sowie an externe Dienstleister, z.B. Raumpflege, Warenverräumung, Buchhaltung. Auf der anderen Seite sind in der Vergangenheit immer wieder neue Aufgaben hinzugekommen, wie z.B. EDV/IT, Controlling und Management.

Zu b)

Prozessmengen, die den Personalbedarf im Einzelhandel determinieren, sind in Bezug auf die Prozesse der Warenbeschaffung die Anzahl der Lieferanten, Artikel, Bestellungen, Bestellpositionen sowie die vereinnahmten und verräumten Wareneinheiten (Becker & Winkelmann, 2014, S. 150). Bei den Prozessen auf der Absatzseite sind dies spiegelbildlich die Anzahl der Artikel, Kunden bzw. Warenkörbe, ggf. Warenkorbpositionen sowie die verkauften Wareneinheiten (Becker & Winkelmann, 2014, S. 210) und darüber hinaus die Anzahl der Verkaufsstellen und die Ladenöffnungszeit. Als wesent-

liche Treiber für den Personalbedarf sind die gelisteten Artikel, Bestellpositionen, verkaufte Wareneinheiten, Verkaufsstellen und Ladenöffnungszeiten anzusehen.

Zu c)

Der Einsatz neuer Technologien führt zu einer Erleichterung oder gar Ersetzung menschlicher Arbeit und reduziert damit den Personalbedarf für eine Prozessausführung. Für den Einzelhandel sind hier Warenwirtschaftssysteme mit voll- oder teilautomatisierten Prozessen, z.B. automatisierte Bestelldisposition (computer assisted ordering), die Scanner-Technologie, elektronischer Datenaustausch (EDI) und elektronische Preisauszeichnung jeweils in Verbindung mit Standards (z.B. GTIN-Code) zu nennen. Ebenso führen Steigerungen der Arbeitsleistung aufgrund von weiteren Maßnahmen, wie Anreizgestaltung, Spezialisierung, Rationalisierung, zu einem geringen Zeiteinsatz je Prozessmengeneinheit.

Eine weitere Überlegung ergibt sich aus dem Umstand, dass der Personaleinsatz in Zeiteinheiten multipliziert mit dem durchschnittlichen Personalkostensatz je Zeiteinheit die Personalkosten ergibt. Steigen die Personalkostensätze durch höhere Löhne und Gehälter an, sind die Unternehmen geneigt, durch eine Verringerung des Personaleinsatzes die Personalkosten konstant zu halten, d.h. die Unternehmen stehen bei steigenden Löhnen und Gehältern verstärkt unter Druck, durch die oben aufgezeigten Ansatzpunkte den Personalbedarf zu reduzieren.

Aus diesen Wirkungsmechanismen lassen sich folgende übergeordnete Einflussfaktoren auf den Personaleinsatz im Einzelhandel ableiten:

- (1) Die *Kaufkraft der Verbraucher* beeinflusst als zentraler Faktor die Nachfrage und das Umsatzvolumen des Einzelhandels. Ein steigendes Marktvolumen kann sowohl aus einer größeren Zahl gekaufter Wareneinheiten als auch einem höheren Durchschnittspreis je Wareneinheit resultieren. Steigende Verkaufsmengen führen zu einem höheren Personalbedarf. Steigende Preise federn Lohn- und Gehaltssteigerungen des Personals ab und reduzieren den Druck zum Personalabbau.
- (2) Das *Bedürfnis nach Einkaufs-Convenience* im Sinne von leichter Erreichbarkeit der Einkaufsstätten und langen Öffnungszeiten: Kommt der Einzelhandel im Wettbewerb um die Verbraucher diesen Bedürfnissen durch die Eröffnung neuer Verkaufsstellen nach, steigt die Anzahl der Verkaufsstellen und damit der Beschäftigten, sofern nicht im gleichen Verhältnis Verkaufsstellen aus dem Markt ausscheiden. Gleichermaßen führt eine Verlängerung der Öffnungszeiten, wie sie seit den 90er Jahren zu beobachten ist, zu einem steigenden Personalbedarf, um die Betriebsbereitschaft während der verlängerten Öffnungszeit zu gewährleisten.
- (3) Die *Individualisierung der Nachfrage* hat in Kombination mit Produktinnovationen zu neuen Sortimenten und damit zu einer Artikel- und Variantenvielfalt ge-



führt.<sup>7</sup> Sie führt über die steigenden Prozessmengen zu einer Ausdehnung des Personalbedarfs.

- (4) *Neue Aufgaben*, wie EDV/IT, Controlling und Management, haben im Handel zur Schaffung neuer Stellen geführt.
- (5) *Geänderte ökonomische Systeme*, wie etwa die Filialisierung oder der Wandel der Verbundgruppen und Franchisesysteme haben zu einer Zentralisierung von Prozessen in Systemzentralen unter Ausnutzung von Fixkostendegressionseffekten geführt, was den Personalbedarf reduziert.
- (6) *Neue Technologien* führen, wenn sie verfügbar und unter Kosten-Nutzen Gesichtspunkten einsetzbar sind, zu steigender Produktivität infolge von Erleichterung und Ersetzung menschlicher Arbeit und schaffen in manchen Bereichen die Voraussetzung für die Verlagerung von Prozessen auf externe Stakeholder.
- (7) *Verlagerung von Prozessen* auf Kunden, Lieferanten oder Dienstleister.
- (8) *Die Veränderung des Lohnniveaus*: Bei steigenden Lohnsätzen wird der Druck steigen, Personal einzusparen. Dies kann geschehen, indem die oben genannten Instrumente zur Personalreduktion genutzt werden.
- (9) *Die Entwicklung neuer (personalintensiverer) Betriebsformen*: Es entwickeln sich neue Betriebsformen (z.B. Pop-up-Stores, Convenience-Stores, Concession-Stores, Concept-Stores und Ethno-Stores), die zusätzliche Sortimente anbieten, neuen Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen und in der Folge tendenziell mit einem höheren Personaleinsatz verbunden sein dürften.

In Abbildung 13 werden die identifizierten Faktoren zusammenfassend dargestellt sowie nach ihrem Einfluss auf die Beschäftigungsentwicklung in positive und negative sortiert. Es wird deutlich, dass es Einflussfaktoren gibt, die einen Arbeitsplatzabbau in der Branche befördern können, und solche, die ihm entgegenwirken, einige Faktoren wirken hybrid, indem sie einerseits zum Wegfall von Arbeitsplätzen führen, andererseits auch neue Arbeitsplätze entstehen lassen. Auf jeden Fall empfiehlt es sich, die aufgeführten Faktoren bei einer empirischen Überprüfung zu beachten.

---

<sup>7</sup> So hat sich z.B. die Artikelzahl bei den Supermärkten von 1965 bis 2015 mehr als verdreifacht (LZ, 2015, S. 69)

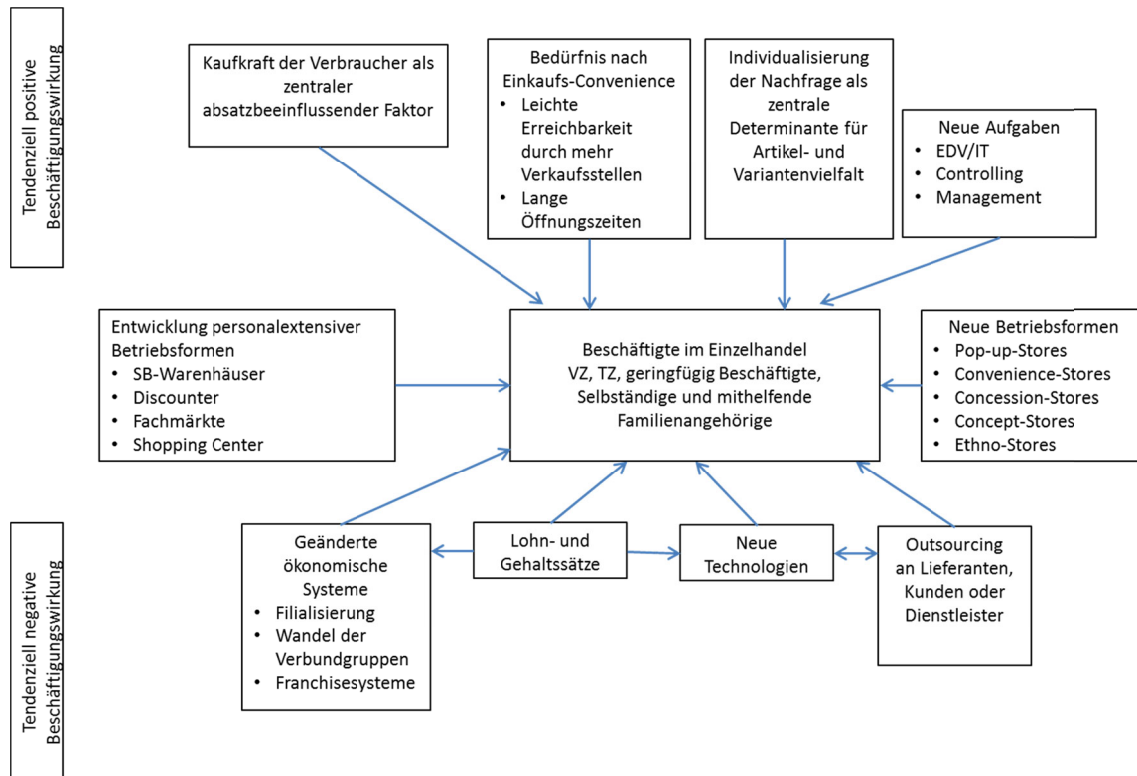


Abbildung 13: Zentrale Einflussfaktoren auf die Beschäftigung im Einzelhandel

### 4.3 Verfahren zur Überprüfung der Thesen und Empirische Analyse

Ob Beschäftigungsänderungen im Zusammenhang mit der Entwicklung neuer Betriebsformen stehen, lässt sich beurteilen, indem die Zeiten, in denen ausgewählte Betriebsformen expandierten, die im Verdacht stehen, zu einem Personalabbau im Einzelhandel zu führen, gleichzeitig Zeiten eines Beschäftigungsrückganges waren. Würde dagegen in diesen Zeiten die Anzahl der Beschäftigten steigen, wäre ein These „Mit wachsender Zahl von (Discountern/Einkaufszentren/...) sinkt die Zahl der Beschäftigten/Erwerbstätigen im Einzelhandel/in der jeweiligen Branche“ als widerlegt anzusehen.

Eine solche Überprüfung wirft eine Reihe von Problemen auf:

- Es müssen Zeiträume festgelegt werden, die als Expansionszeiten für jene Betriebsformen anzusehen sind, die als Auslöser eines Beschäftigungsabbaus in Frage kommen. Dabei wird man auf die jeweiligen Einführungsphasen für die jeweilige Betriebsformen verzichten, weil hier die Effekte noch gering sein werden. Eine mögliche Wirkung wird für die Jahre der weiteren Expansion zu überprüfen sein, wobei die Wirkungen eines vermutlich auslösenden Faktors aber auch erst mit einem time lag eintreten können. Es ist denkbar, dass nach Einführung von Betriebsformen mit

geringem Personaleinsatz nie mehr höhere Personalstände erreicht werden, also eine auf Dauer geltende niedrigere Beschäftigung zu beobachten ist.

- Es ist zu diskutieren, ob die Auswirkungen neuer Betriebsformen nur in der Branche geprüft werden, in der die neue Betriebsform etabliert wurde, oder ob der Einzelhandel insgesamt betrachtet wird. So könnte beispielsweise gefragt werden, ob bei einer Ausbreitung von diskontierenden Geschäften im Textilsektor nur auf die Veränderung des Personalbestandes im Textil-Einzelhandel geschaut oder ob auf den gesamten Einzelhandel abgestellt werden sollte. Ersteres erscheint zunächst angezeigt, jedoch spricht dagegen, dass sich die Bindung einzelner Betriebsformen an bestimmte Warenbereiche immer mehr aufgelöst hat. So verkaufen beispielsweise Lebensmitteldiscounter wie Aldi auch in bedeutendem Maße Textilien. Auch würde die Bindung an eine Branche der zentralen These dieses Beitrages zuwiderlaufen, dass ein Wegfall von Personal an einer Stelle durch zusätzliches Personal an anderer Stelle wegen neuer Betreiberkonzepte (z. B. erweiterte Flächen) oder wegen neuer Handelsbereiche ausgeglichen wird. Schließlich werden neue Betriebsformen häufig auch in anderen Branchen imitiert: so finden sich beispielsweise Discounter nicht nur im Lebensmittelhandel, sondern auch in vielen weiteren Branchen.
- Entscheidend für die Anlage der empirischen Untersuchung ist aber die Problemstellung, zu der eine Antwort gefunden werden soll, und diese lautet hier: Hat die Expansion von preisaggressiven Betriebsformen, wie Discountern, SB-Warenhäusern, Fachmärkten sowie Shopping-Centern in der Zeit nach 1960 zu einem Abbau von Arbeitsplätzen im Einzelhandel geführt? Es geht also nicht um die Frage, ob eine einzelne der genannten Betriebsformen einen bestimmten Umsatz mit weniger Personal als der traditionelle Handel erzielen kann, sondern ob parallel zu der Expansion der neuen Betriebsform die Beschäftigung im Einzelhandel steigt oder sinkt. Eine Untersuchung mit der sog. ceteris-paribus-Annahme, nach der alles andere als gleichbleibend unterstellt wird, wird hier nicht als sinnvoll angesehen, weil untersucht werden soll, ob in einer sich ändernden Umwelt das Auftreten preisaggressiver Betriebsformen zu Arbeitsplatzverlusten geführt hat.

### 4.3.1 Die Zeit von 1960 bis 1990

Bis etwa 1991 kennzeichnen insbesondere die Discounter, die Verbrauchermärkte und die SB-Warenhäuser den Wandel im Handel. Dazu waren oben Zahlen zusammengestellt worden, die sich zusammengefasst wie in Tabelle 8 darstellen lassen.

Tabelle 8: Dynamik der Betriebsformen in der Zeit von 1960 bis 1990

Jahr	1965-69	1970-75	1976-80	1981-85	1986-90
SB-WH u. VM	Erstes Aufkommen	Starke Expansion	Starke Expansion	Weiteres Wachstum	Weiteres Wachstum
Discounter	Erstes Aufkommen	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum
Fachmärkte			Erstes Aufkommen	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum
Shopping-Center	Erstes Aufkommen	Moderates Wachstum	Moderates Wachstum	Moderates Wachstum	Moderates Wachstum
Punkte	3	7	9	10	10
Punkte kumuliert	3	10	19	29	39

Die Einstufungen stützen sich auch auf die in den Anhängen 1 bis 4 angegebenen Daten. In der Tabelle wird außerdem versucht, den Wettbewerbsdruck durch Ziffern zum Ausdruck zu bringen, wobei ein Punkt für den Zeitraum vergeben wurde, in dem die betreffende Betriebsform in den Markt eingetreten ist, zwei Punkte, wenn sie moderat gewachsen ist, drei bei starkem Wachstum. Es handelt sich um den Versuch, die Marktanteile, die sich die aufgeführten Betriebsformen erobert haben, die aber aufgrund der lückenhaften Datenlage nicht vollständig zur Verfügung stehen, mit einer einfachen Punktevergabe nachzustellen. Trotz dieser angreifbaren Quantifizierung erscheint das Ergebnis plausibel: Der Wettbewerbsdruck durch preisaggressive Anbieter ist im Zeitablauf immer größer geworden. Mit fortschreitender Zeit müsste der Abbau von Personal im Einzelhandel immer stärker werden, wenn die These richtig wäre, dass mit dem Aufkommen von personalaggressiven Anbietern Arbeitsplatzverluste verbunden sind.

Während im betrachteten Zeitraum die Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stark expandierten, lief die Ausbreitung der Shopping-Center verhalten an, denn bis 1990 waren erst 93 von 479 in 2017 etabliert. Von ihnen kann also kein großer Einfluss auf

die Zahl der Beschäftigten - anders als im Fall der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser erwartet werden.

Stellt man dieser Entwicklung nun die Entwicklung der Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel gegenüber, so wie sie in Tabelle 6 dargestellt ist, lässt sich kein Arbeitsplatzabbau im Einzelhandel erkennen. 1990 war trotz des Vordringens preisaggressiver Betriebsformen die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel höher als 1960.

Bei diesem überraschenden Ergebnis ist zu berücksichtigen, dass es sich hier um einen Nettoeffekt handelt, d. h. es die Wirkung von sich positiv oder negativ auf die Arbeitsplatzentwicklung auswirkenden Faktoren, werden saldiert. Außerdem wurde in der Darstellung unterstellt, dass Teilzeitkräfte im Durchschnitt mit 50% beschäftigt sind, was zwar vor dem Hintergrund vorliegender Zahlen plausibel erscheint, aber doch eine Annahme darstellt. Schließlich können hinter der Gesamtzahl der Beschäftigten ganz unterschiedliche Entwicklungen in einzelnen Warenbereichen stehen. Außerdem kann sich der Faktor im Zeitverlauf verändert haben.

#### 4.3.2 Die Zeit nach 1990

Die Wiedervereinigung war auch für den Einzelhandel ein turbulentes Ereignis. Insofern waren die Jahre von zumindest 1990 bis 1995 extraordinär. Die Handelsorganisationen aus der ehemaligen DDR wandelten sich um, wurden übernommen oder schieden aus dem Markt aus, Handelsunternehmen aus den westlichen Bundesländern suchten nach Expansionsmöglichkeiten in den neuen Bundesländern. Zudem gab es bei den Haushalten einen Nachholbedarf bei Gebrauchsgütern. Für Wirkungsanalysen erscheinen diese Jahre nicht besonders gut geeignet. Vorwiegend soll deswegen auf die Folgejahre geschaut werden, um den Wandel im Einzelhandel zu charakterisieren und diesen der Beschäftigungssituation gegenüber zu stellen.

##### *Eine qualitativ ausgerichtete Analyse*

Die Änderungen in der Marktbedeutung der ausgewählten Betriebsformen werden in Tabelle 9 wiedergegeben, wobei sich die Einschätzungen auf die im Abschnitt 2 sowie im Anhang dargestellten Daten beziehen.

Tabelle 9: Dynamik der Betriebsformen in der Zeit nach 1990

Jahr	1991-1995	1996-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016 -
SB-WH u. VM			Starkes Wachstum	Wachstum	Wachstum	
Discounter	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	Wachstum	Wachstum	Stagnation	
Fachmärkte		Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	
Zuwachs Shopping-Center	+85	+100	+70	+60	+30	+15
Punkte		10	11	9	7	
Punkte kumuliert		10	21	30	37	

Obwohl die Angaben lückenhaft sind, ist doch erkennbar, dass die ausgewählten Betriebsformen ihre Marktanteile ausgebaut haben.

Im Abschnitt 3 hatte sich bereits gezeigt, dass der Zeitraum nach der Wiedervereinigung aufgrund von Brüchen in den Zeitreihen schwieriger zu betrachten ist. Nach einem anfänglichen Beschäftigungszuwachs hat es in der Phase von 1995 bis etwa 2004 einen Rückgang gegeben, danach ist die Beschäftigung wieder gestiegen. Eindeutig ist jedoch für die Jahre von 2004 bis 2017 festzuhalten, dass trotz der weiteren Expansion von personalextensiven Betriebsformen die Beschäftigung im Einzelhandel gestiegen ist. Dies belegen die Angaben zu den Vollzeitäquivalenten in Abbildung 8 sowie unter Einschränkungen zum Jahresarbeitszeitvolumen in Abbildung 9 (siehe auch Anhang 7).

### *Korrelations- und regressionsanalytische Auswertungen*

Für den Zeitraum 2005 bis 2016 liegen konsistente und durchgängige Zeitreihen sowohl für die aus der Beschäftigungsstatistik der Agentur für Arbeit errechneten Vollzeitäquivalente (Abbildung 8), als auch für die Umsatzmarktanteile nach Betriebsformen (Abbildung 4) sowie für die Anzahl der Shopping Center (Abbildung 3) und die gesamte Verkaufsfläche im Einzelhandel (Abbildung 11) vor. Dies eröffnet die Möglichkeit, die Zusammenhänge mittels Korrelations- und Regressionsanalyse zu untersuchen. Da die Betriebsformen Discounter und Fachmärkte im Vergleich zu den übrigen Betriebsformen als besonders personalextensiv gelten, wird aus ihren Umsatzmarktanteilen bei der Betriebsformen eine neue Variable „Umsatzmarktanteil Discounter + Fachmärkte“ berechnet.

Die Tabelle 10 zeigt, dass hochkorrelierte positive und hochsignifikante Zusammenhänge zwischen allen vier Variablen bestehen. Der stärkste Zusammenhang zu den Vollzeitäquivalenten weist die Variable „Umsatzmarktanteil Discounter+Fachmärkte“ auf, dicht gefolgt von der Verkaufsfläche im Einzelhandel und der Anzahl der Shopping-Center. Die höchste Korrelation mit 0,98 besteht jedoch zwischen der Anzahl der Shopping-Center und der Verkaufsfläche, was darauf hindeutet, dass die Shopping-Center ein wesentlicher Treiber für das Verkaufsflächenwachstum im Einzelhandel sind.

Für eine anschließende Regressionsanalyse zur Erklärung der abhängigen Variable Vollzeitäquivalenten stehen nun die drei genannten Variablen zur Verfügung, die jedoch untereinander hoch korreliert sind. Dies würde bei einer gleichzeitigen Aufnahme aller drei Variablen in ein Regressionsmodell zu Multikollinearität führen. Daher wurde für die Aufnahme von Variablen in das Regressionsmodell die Methode „Schrittweise“ gewählt. Dabei werden schrittweise die Variablen in das Modell aufgenommen, die den höchsten Erklärungsbeitrag für die abhängige Variable leisten, bis aufgrund von Kollinearitätsproblemen weitere Variablen keinen signifikanten Erklärungsbeitrag mehr leisten können, wobei anfänglich aufgenommen Variablen gegebenenfalls zugunsten anderen Variablen wieder aus dem Modell entfernt werden.

Tabelle 10: Korrelationskoeffizienten

	Vollzeitäquivalente	Umsatzmarktanteil Fachmärkte+Discounter	Verkaufsfläche Einzelhandel	Anzahl Shopping Center
Vollzeitäquivalente	1,000			
Umsatzmarktanteil Fachmärkte+Discounter	0,908	1,000		
Verkaufsfläche Einzelhandel	0,892	0,905	1,000	
Anzahl Shopping Center	0,885	0,885	0,980	1,000

Alle Korrelationen sind auf dem 1%-Niveau signifikant

Das Ergebnis dieser Vorgehensweise war, dass nur die Variable „Umsatzmarktanteil Discounter + Fachmärkte“ als unabhängige Variable in das Regressionsmodell aufgenommen wurde, die immerhin eine Varianzerklärung von rund 80% (Korrigiertes R-Quadrat) für die Vollzeitäquivalente auf Basis der abhängig Beschäftigten leistet (Anhang 8). Die Regressionsfunktion stellt sich dabei wie folgt dar.

$$\text{Vollzeitäquivalente} = 429.755 + 51.425 \times \text{Umsatzmarktanteil Fachmärkte\_Discounter}$$

Es kann also entgegen den Erwartungen sogar ein positiver Zusammenhang zwischen der Entwicklung personalexteusiver Betriebsformen und der Beschäftigung für die jün-

gere Vergangenheit festgestellt werden. Allerdings muss gesagt werden, dass es sich aufgrund der oben genannten weiteren positiv wirkenden Einflussfaktoren, die mangels verfügbarer Daten nicht in das Modell einfließen konnten, auch um einen Scheinzusammenhang handeln kann. Zumindest ist aber erwiesen, dass vermutete negative Beschäftigungseffekte durch andere positiv wirkende Faktoren deutlich überlagert werden, so dass die Beschäftigung netto wächst.

Der aufgezeigte Zusammenhang deckt sich auch mit der Einschätzung der Statistik-Experten des HDE, dass der Beschäftigungszuwachs im Einzelhandel weniger auf das Umsatzwachstum, sondern auf die anhaltende Expansion der Filialformate zurückzuführen ist (mündliche Auskunft von Roik, HDE, im Februar 2017).

### 4.3.3 Diskussion der empirischen Analyse

Die empirische Analyse liefert zumindest für die Zeit nach 2004 das eindeutige Ergebnis, dass trotz Marktanteilsgewinns der preisaggressiven Anbieter, also insbesondere der Discounter und der Fachmärkte, bei gleichzeitig vehementer Ausbreitung der Shopping-Center der Arbeitsmarkt im Einzelhandel stabil geblieben ist. Nie war die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel so groß wie im Jahr 2017. Von einer Vernichtung von Arbeitsplätzen durch die genannten Betriebsformen kann also nicht gesprochen werden.

Das Ergebnis ist insofern erstaunlich, weil ja auf der anderen Seite tatsächlich ein preisaggressiver Anbieter seinen Umsatz mit weniger Personal erzielt, wenn man auf die Personalkosten pro Umsatz abstellt. Wie ist dann zu erklären, dass die Beschäftigung dann nicht abschnilzt, wenn immer mehr Betriebe von diesem Typ tätig sind? Die Antwort ergibt sich, wenn man sich in Erinnerung ruft, dass die Beschäftigung eben nicht nur von der Marktbedeutung personalextensiver Betriebe abhängt, sondern auch von anderen Faktoren. Dies war in Abbildung 13 gezeigt worden. Die Korrelationsanalyse deutete an, dass das Verkaufsflächenwachstum negative Beschäftigungseffekte überkompensiert haben könnte. Zwar war es nicht möglich gewesen, alle in Abschnitt 4.2 genannten Einflussfaktoren in die empirische Analyse einfließen zu lassen, aber ihr Einfluss wird offensichtlich. Es zeigt sich auch hier, dass man zu falschen Ergebnissen kommen kann, wenn man nicht alle wirksamen Einflussfaktoren in die Analyse einbezieht.



## 5 Zusammenfassung

Der Beitrag geht der Frage nach, ob in der Folge der Dynamik im Einzelhandel, soweit sie durch das Aufkommen personalextensiver Betriebsformen ausgelöst wurde, die Zahl der Arbeitsplätze geschrumpft ist.

In einem Rückblick bis zum Jahr 1960 wurden Statistiken aufbereitet, die das Vordringen preisaggressiver Anbieter dokumentieren und die markanten Veränderungen im Einzelhandel belegen. Hierzu wurde die Entwicklung der Verbraucher- und SB-Warenhäuser, der Discounter und der Fachmärkte rekonstruiert, wobei vor allem auf die Zahl ihrer Verkaufsstellen und, soweit verfügbar, auch auf ihre Marktanteile verwiesen wurde. Charakteristisch für diese neuen, sich über lange Zeit hin ausbreitenden Betriebsformen ist, dass sie im Vergleich zu den traditionellen Betriebsformen (insbesondere dem Fachhandel), weniger Personal einsetzen, mithin als personalextensiv bezeichnet werden können. In den Rückblick wurden auch die Shopping-Center aufgenommen, die sich zwar von den genannten preisaggressiven Betriebsformen deutlich unterscheiden, aber durch die Zentralisierung gewisser Funktionen auf ein zentrales Center-Management doch auch gewisse Personaleinsparungen ermöglichen. Insofern ist im Prinzip zu erwarten, dass auch bei der Expansion dieser Betriebsformen die Beschäftigung im Einzelhandel sinkt.

Um dem Verdacht auf den Verlust von Arbeitsplätzen nachzugehen, wurde zunächst recherchiert, aus welchen statistischen Quellen Angaben zur Beschäftigung entnommen werden können. Dabei wurde sowohl auf den Begriff der Beschäftigung wie auch auf benachbarte Begriffe, wie z.B. Erwerbstätige, Voll(zeit)beschäftigte, Teil(zeit)beschäftigte, Vollzeitäquivalente, eingegangen. Auch wurde auf Besonderheiten (Strukturbrüche, veränderte Erhebungsmodalitäten) der Statistiken hingewiesen.

Die Gegenüberstellung der preisaggressiven Betriebsformen einschließlich der Shopping-Center mit der Arbeitsmarktentwicklung ergab zumindest für die Zeit nach 2004 das eindeutige Ergebnis, dass der Arbeitsmarkt im Einzelhandel nicht geschrumpft ist. Im Gegenteil: Nie war die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel so groß wie 2017. Dies gilt - abgesehen von einer fünfjährigen Zeitspanne ab der Wiedervereinigung - auch, wenn Teilzeitbeschäftigte in Vollzeitäquivalente umgerechnet werden. Aber auch für die Zeit von 1960 bis 2004 kann, allerdings mit einigen Einschränkungen, gesagt werden, dass der Arbeitsmarkt im Einzelhandel relativ stabil geblieben ist, wenn auch an die Stelle vieler Vollzeitarbeitsplätze Teilzeitangebote getreten sind. Trotz der beeindruckenden Dynamik im Einzelhandel, die sich in einer Eroberung großer Marktanteile durch preisaggressive Betriebsformen äußert, bietet der Arbeitsmarkt im Einzelhandel mehr Arbeitsplätze als je zuvor.

Von entscheidender Bedeutung für die Entwicklung der Arbeitsplätze im Einzelhandel sind auch jene Faktoren gewesen, die einen erhöhten Personaleinsatz ausgelöst haben,

wobei insbesondere an den Umstand zu denken ist, dass das Einzelhandelsnetz im Zeitablauf immer dichter geworden ist, der Handel dem Konsumenten also eine immer leichtere Erreichbarkeit ermöglichen wollte. Dabei zeigt sich, dass insbesondere die höheren Ansprüche der Verbraucher an den Handel, bezogen auf

- die leichtere Erreichbarkeit der neuen Betriebsformen, die ihr Verkaufsstellen-netz erheblich ausgeweitet haben,
- die erweiterten Ladenöffnungszeiten,
- die gewachsenen Verkaufsflächen und den auf ihnen präsentierten vielfältigeren Sortimenten,

positive Effekte auf den Arbeitsmarkt ausgelöst haben. Insofern erweist es sich, dass die Bedürfnisse der Verbraucher ein entscheidender Faktor dafür gewesen sind, dass die Beschäftigung im Einzelhandel auch von 1996 bis 2016 weitgehend stabil geblieben ist.

Nicht berücksichtigt wurde in dieser Arbeit die Auswirkung des Online Handels bzw. der Digitalisierung auf die Beschäftigung im Einzelhandel, da der Umsatzmarktanteil bis vor wenigen Jahren noch sehr gering war, so dass die Effekte auf die Beschäftigung bisher kaum spürbar sein dürften. Für zukünftige Untersuchungen dieser Art sollte allerdings auch der Online Handel einbezogen werden. Es ist zu anzunehmen, dass dieser tendenziell auch zu den personalextensiven Betriebsformen zählt, da Prozesse der Bedienung und Beratung durch Verkaufspersonal sowie Kassiovorgänge entfallen. Jedoch entstehen neue Arbeitsplätze im IT-Bereich und in der Logistik sowohl innerhalb des Einzelhandels, als auch bei Paket- und Logistikdienstleistern.

# Literaturverzeichnis

- Aygün, T. (2012). Food-Discounter. In *Handbuch Handel*. Wiesbaden: Zentes, J; Swoboda, B.; Morschett, D.; Schramm-Klein, H.
- Banken, R. (2007). *Die quantitative Entwicklung des bundesdeutschen Einzelhandels 1949-2000*. Von Department of Economic and Social History: [http://wigesch.uni-koeln.de/fileadmin/wiso\\_fak/wigesch/FTP/RePEc/wso/wpaper/CEHP-2007-03\\_Ba](http://wigesch.uni-koeln.de/fileadmin/wiso_fak/wigesch/FTP/RePEc/wso/wpaper/CEHP-2007-03_Ba) abgerufen
- Becker, J., & Winkelmann, A. (2014). *Handelscontrolling*. Berlin/Heidelberg.
- BMWi. (1978). *Der deutsche Binnenhandel in Zahlen 1975/1976*. Tab. 13 im Anh.: Bundesministerium für Wirtschaft. Bonn.
- BMWi. (1978). *Der deutsche Buchhandel in Zahlen*. Dokumentation Nr. 239, Bonn.
- BMWi. (1984). *Der deutsche Binnenhandel in Zahlen 1981/1982*. Nr. 262, Tab. XIII im Anhang: Bundesministerium für Wirtschaft. Bonn.
- Brandes, D. (1998). *Konsequent einfach: Die ALDI Erfolgsstory*. Frankfurt a.M.
- Brune, W. (2014). *Factory Outlet Center - eine neuer Angriff auf die City. Eine Streitschrift*. Wiesbaden: Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft.
- Bundesagentur für Arbeit. (2017). *Grundlagen: Qualitätsbericht – Statistik der sozialversicherungspflichtigen und geringfügigen Beschäftigung*. Abgerufen am 14. 11 2018 von <https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistischer-Content/Grundlagen/Qualitaetsberichte/Generische-Publikationen/Qualitaetsbericht-Statistik-Beschaeftigung.pdf#page=17&zoom=auto,-158,260>
- Destatis. (2008). *Gliederung der Klassifikation der Wirtschaftszweige*. Statistisches Bundesamt.
- Destatis. (2015). *Jahreserhebung im Handel sowie in der Instandhaltung und Reparatur von Kfz*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Destatis. (2018). *GENESIS-Online Datenbank*. Von <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online;jsessionid=DE2143657D38AB4188CE8F7573CE3C83>. abgerufen
- Deutscher Bundestag. (2016). *Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Jutta Krellmann, Klaus Ernst, Sabine Zimmermann (Zwickau), weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE - Drucksache 18/6933*. Abgerufen am 14. 11 2018 von <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/073/1807325.pdf>
- DHI. (1991). *Handel aktuell 1991*. Köln.
- DHI. (1992). *Handel aktuell 1992*. Köln.
- DHI. (1999). *Handel aktuell 1999*. Köln.
- Dichtl, E., & Lingenfelder, M. (1999). *Meilensteine im deutschen Handel*. Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag.
- Dieckmann, C. (2000). *Auswirkungen von Factory-Outlet-Center auf den Einzelhandel*. Grin Verlag.
- EHI. (2009). *Handel aktuell*. Köln: EHI Retail Institute.
- EHI. (2016). *Handelsdaten aktuell*. Köln.
- EHI. (2017). *Handelsdaten aktuell*. Köln.
- EHI. (2017b). *Shopping Center Report*. Köln.
- EHI. (2018). *Shopping Center Report*. Köln: EHI Retail Insitute.
- Falk, B. (2014). Shopping Center - Fluch oder Segen. In J. Ringel, T. Korzer, & B. Niemann (Hrsg.), *Innenstadthandeln. Retail Urbanism* (S. S. 254 ff.).

- Gabler Wirtschaftslexikon. (2018). *Gabler Wirtschaftslexikon*. Abgerufen am 02. August 2018 von <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/beschaeftigung-29773/version-253371>
- Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2014). *Definitionen zur Einzelhandelsanalyse*. Wiesbaden.
- Haas, A. (2000). *Discounting: Konzeption und Anwendbarkeit des Discount als Marketingstrategie*. Nürnberg: GIM-Verlag.
- HDE. (2004). *Handelsverband Deutschland - Zahlenspiegel*.
- HDE. (2017). *Handelsverband Deutschland - Zahlenspiegel*. Berlin: HDE.
- Hurth, J. (2012). Non-Food-Discounter in Deutschland. In *Handbuch Handel*. Zentes, J.; Swoboda, B.; Morschett, D.; Schramm-Klein, H.
- IfH. (2014). *Definitionen zu Handel und Distribution*. Wiesbaden.
- IFH Retail Consultants GmbH. (2014). *Handelsszenario 2020. Zwischen Online und Offline, Discount und Mehrwert*. Köln: IFH Retail Consultants GmbH.
- Klotz, C. (2015). Heute bekämpft man sich mit Einkaufszentren - Ortsgepräch für blühende Stadt - und Ortszentren, S.11. *REGIO Bregenzerwald*.
- LZ. (30. 10 2015). Durchschnittliche Anzahl der Artikel in Lebensmittel-Supermärkten in Deutschland in den Jahren 1965 bis 2015. *Statista - Das Statistik-Portal*. Zugriff am 19. November 2018, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/479382/umfrage/artikel-in-lebensmittel-supermaerkten-in-deutschland/>, S. 69.
- Monopolkommission. (1994). *Sondergutachten 23*.
- Müller-Hagedorn, L. (1998). *Der Handel*. Stuttgart.
- Müller-Hagedorn, L., & Toporowski, W. (2006). *Handelsbetriebe, Arbeitspapiere des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handel und Distribution der Universität zu Köln*. Köln.
- Rehmann, K. (1967). *Die Marktdynamik des Discount*. Frankfurt am Main.
- Statista. (2018). *Anzahl der Beschäftigten im Einzelhandel in Deutschland nach Beschäftigungsform in den Jahren 2004 bis 2017*. HDE. Von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6306/umfrage/entwicklung-der-beschaeftigtenzahl-im-einzelhandel-seit-2000/>. abgerufen
- Statistisches Bundesamt. (2005). *Handel, Gastgewerbe, Tourismus - Beschäftigte, Umsatz, Aufwendungen, Lagerbestände, Investitionen und Warensortiment im Handel 2002*. Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt. (2018). *Sonderveröffentlichung Mikrozensus des Stat. Bundesamtes*. Wiesbaden.
- Tietz, B. (1983). *Konsument und Einzelhandel*. 3. Aufl. Frankfurt a.M.

## Anhang

Anhang 1: Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser .....	47
Anhang 2: Discounter .....	50
Anhang 3: Shopping Center . .....	53
Anhang 4: Fachmärkte .....	54
Anhang 5: Umfassende Darstellung zur Dynamik im Einzelhandel.....	55
Anhang 6: Einzelhandel insgesamt .....	57
Anhang 7: Beschäftigung im Einzelhandel .....	61
Anhang 8: Korrelations- und Regressionsanalytische Auswertung .....	62

## Anhang 1: Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser

### a) Die Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser im Zeitraum von 1966 bis 1991

Jahr	Anzahl	Anzahl nach BMWi	Verkaufsfläche in qm nach BMWi
1966	61	66	250.000
1967	90	95	340.000
1968	278	278	820.000
1969	448	455	1.500.000
1970	528	537	1.900.000
1971	721	729	2.480.000
1972	798	806	2.920.000
1973	825	834	3.050.000
1974	974	983	3.790.000
1975	863	1.137	4.440.000
1976	962	1.266	4.942.000
1977	1.076	1.408	5.418.000
1978	1.210	1.642	5.830.000
1979	1.267	1.739	6.084.000
1980	1.314	1.812	6.320.000
1981	1.350	1.890	6.571.000
1982	1.372	1.972	6.760.000
1983	1.410	2.060	6.946.000
1984	1.472		
1985	1.513		
1986	1.552		
1987	1.562		
1988	1.572		
1989	1.624		
1990	1.656		
1991	1.657		

Zu Spalte 2: Ab dem 1.1.1975 wurden die zuvor als Verbrauchermärkte ausgewiesenen Betriebe mit Verkaufsflächen von 1.000 bis 1.499 qm den Supermärkten zugeordnet; Lebensmittelabteilungen der Waren- und Versandhäuser wurden entsprechend ihrer Größe den Supermärkten oder den übrigen SB-Läden zugeteilt (DHI, 1991).

Zu den Angaben in den Spalten 3 und 4: Die Angaben stammen aus: BMWi (Hrsg.): Der Deutsche Binnenhandel in Zahlen (BMWi, 1978, S. 86). Das Ministerium gibt als Quelle „Institut für Selbstbedienung, Köln“ an. Es wird die Zahl der Verbrauchermärkte (hier 1.000 – 3.000 qm Verkaufsfläche) und der Selbstbedienungswarenhäuser (hier „über 3.000 qm Verkaufsfläche“ ausgewiesen).

**b) Die Entwicklung der Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser im Zeitraum von 2000 bis 2013**

Jahr	Anzahl	Messzahlen
2000	43.504	100
2001		105
2002		113
2003		122
2004		130
2005		135
2006		140
2007		143
2008	52.051	153
2009		150
2010		152
2011		154
2012	52.246	158
2013	53.029H	165

Quelle: (IFH Retail Consultants GmbH, 2014)

## Anhang 2: Discounter

### a) Die Entwicklung der Discounter im LEH (stellenweise zusammen mit SB-Geschäften)

Jahr	Anzahl der Filialen	Marktanteil im LEH (incl. Drogerien)	Jahr	Anzahl der Filialen (Aygün/Nielsen)	Marktanteil im LEH (incl. Drogerien)
1960	Aldi 300 (Tietz)	Umsatz Aldi 90 Mio. DM (Tietz)	1989	44.761	
1961	22.369		1990	ca. 2200 (EHI)	25,2
1962	30.330			43.979	
1963	39.594		1991	7.695	24,0
1964	46.075		1992	8.388	25,0
1965	52.125		1993		25,8
1966	61.353		1994		27,0
1967	70.651		1995		28,8
1968	78.234		1996		29,5
1969	83.357		1997		
1970	83.029		1998		
1971	83.228		1999		
1972	79.304		2000		32,6
1973	75.609		2001		
1974	73.703		2002		
1975	71.014		2003		
1976	67.541		2004	14.500	39,4
1977	65.315		2005	14.800	39,9
1978	63.329		2006	15.200	Änd. d. Sys. 41,1
1979	61.751		2007	15.450	37,2
1980	2640 (Tietz)	17 Mrd. (Tietz)	2008	15.600	38,5
	60.442		2009	16.000	38,2
1981	3706 (Tietz)	20 Mrd. DM (Tietz)	2010	16.200	37,9
	58.007	Davon Aldi 13 Mrd.	2011	16.193	38,3
1982	56.443		2012	16.320	38,4
1983	54.247				
1984	51.869		2013	16.218	38,7
1985	c.a. 1900 (EHI)				
	50.209		2014	16.169	38,0
1986	48.858		2015	16.093	38,1
1987	46.989		2016	15.968	38,2
1988	45.640				



1961 - 1990: Die Angaben zur Anzahl der Filialen in Spalte 2 für die Jahre von 1961 bis 1990 beziehen sich nicht nur auf Discounter, sondern hier sind Discounter mit „übrigen SB-Geschäften“ zusammen gefasst. Getrennte Daten liegen für diesen Zeitraum nicht vor. Quelle: (DHI, 1992, S. 69).

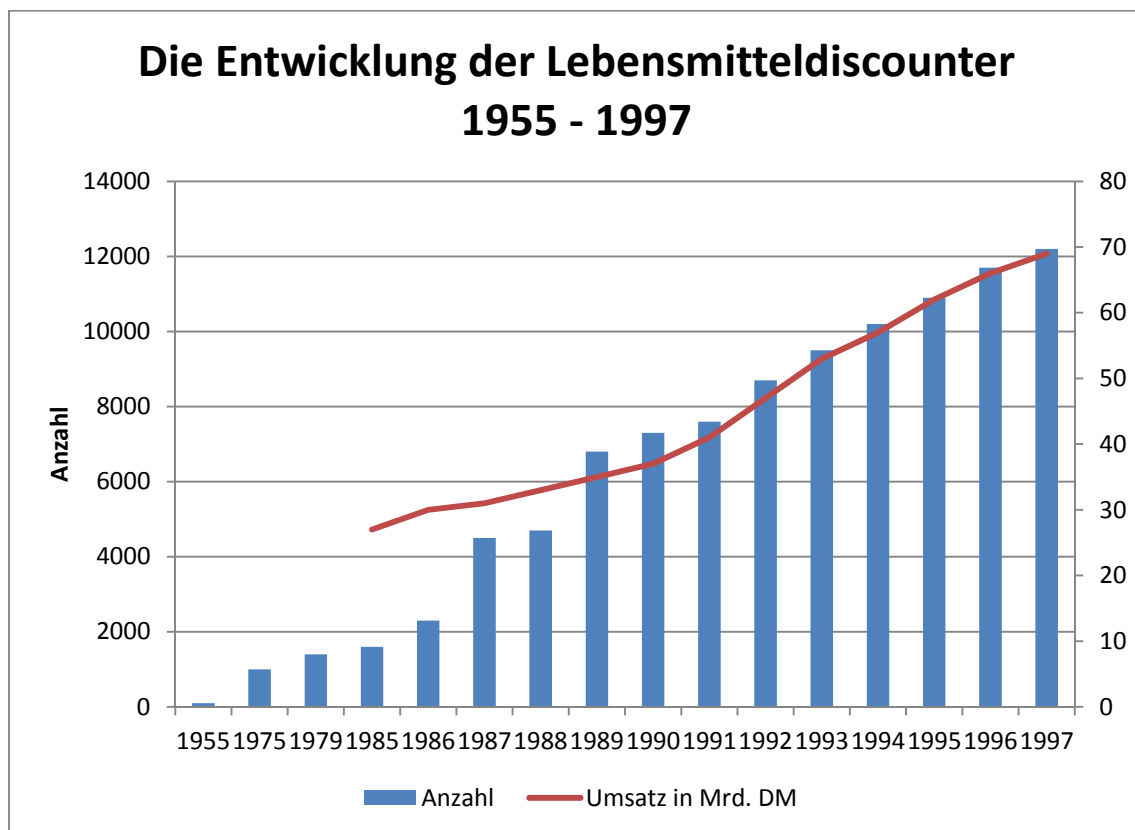
1991 - 1996: Die Angaben für 1991 - 1996 stammen aus Haas (Haas, 2000, S. 2), der auf Daten von Nielsen (1997), S. 17, zurückgreift.

2004 - 2016: Die Angaben für die Jahre 2004 bis 2016 stammen aus Aygün, T.: Food-Discounter (Aygün, 2012, S. 277-290). Aygün beruft sich auf Erhebungen von Nielsen. Er hat die Angaben mündlich um weitere Jahre ergänzt.

Weitere Eintragungen:

Tietz weist hier die Filialen von vier bedeutenden Lebensmitteldiskontgruppen aus: Aldi 1.500, Tengelmann 1.000; RHG Leibbrand mit Penny 370; Norma/Rodi 270; (Tietz, 1983, S. 739)

#### b) Die Entwicklung der Lebensmitteldiscounter von 1955 - 1997



Quelle: (Dichtl & Lingenfelder, 1999)

**c) Umsatzentwicklung von Aldi nach Haas 2000**

Jahr	Umsatz in Mrd. DM
1960	0,1
1965	0,6
1970	1,7
1975	6,1
1980	11,1
1985	17,1
1990	23,5
1995	32,0

Haas (Haas, 2000) gibt folgende Quellen an: Colla, E. (1994): I discount. Le nuove forme distributive con prezzi bassi in USA e in Europa, Milano, S. 98. M+M EUROData/A.C.Nielsen/LZ (1997), S. 13

Weitere Angaben zur Anzahl Verkaufsstellen, Verkaufsfläche und Umsatzentwicklung für Aldi Deutschland 1970 - 2008 bei Jürgens, Ul. (2011), S. 136 unter Hinweis auf EHI: (EHI, 2009, S. 239)

## Anhang 3: Shopping-Center

### Die Entwicklung der Shopping-Center

Jahr	Anzahl der Shopping-Center	Gesamtfläche in qm	Jahr	Anzahl der Shopping Center	Gesamtfläche in qm	Umsatz in Mrd. €
1960			1990	93	2.780.700	
1961			1991			
1962			1992			
1963			1993			
1964			1994			
1965	2	68.000	1995	179	6.019.500	
1966			1996			
1967			1997			
1968			1998			
1969			1999			
1970	14	458.000	2000	279	9.212.200	
1971			2001			
1972			2002			
1973			2003			
1974			2004			
1975	50	1.545.000	2005	363	11.449.600	
1976			2006			
1977			2007			34,5
1978			2008			36,0
1979			2009			36,7
1980	65	1.956.000	2010	428	13.512.000	36,9
1981			2011			37,6
1982			2012	444	13.883.900	38,5
1983			2013	453		39,7
1984			2014	460		
1985	81	2.413.800	2015	463	14.849.090	
1986			2016	476		
1987			2017	479		
1988			2018	479	15.449.250	
1989			2019			

Quelle: (EHI, 2018, S. 22); Quellenhinweise: Für die Jahre 2005 - 2016 wurden die Angaben den EHI Handelsdaten aktuell entnommen (EHI, 2016, S. 78); Die Umsatzangaben für die Jahre 2007 - 2013 entstammen dem IFH (IFH Retail Consultants GmbH, 2014, S. 277)

## Anhang 4: Fachmärkte

### Die Entwicklung der Fachmärkte

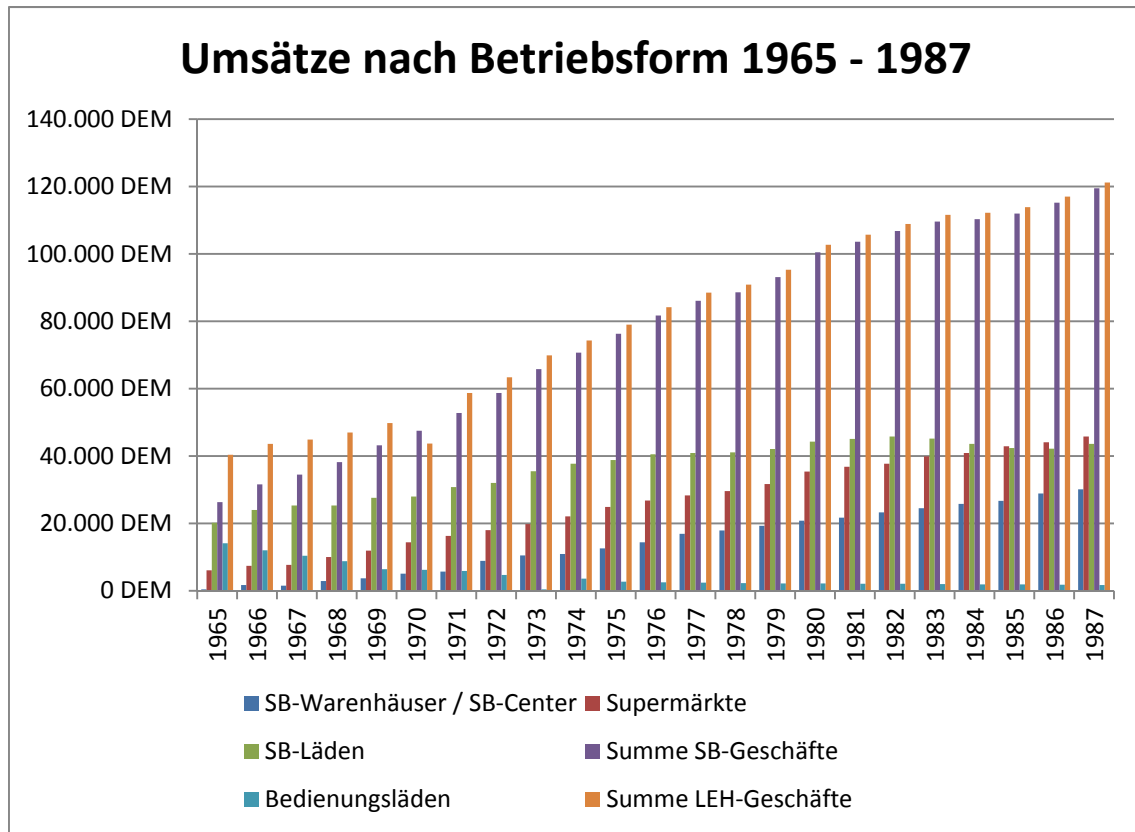
Jahr	Umsatz in Mio €	Umsatz in Mio €
1995		25.866
1996		28.154
1997		28.849
1998		33.823
1999		51.752
2000	46.915	54.062
2001		55.266
2002		55.267
2003		57.310
2004		58.886
2005		59.905
2006		62.006
2007		
2008	55.553	
2009		
2010		
2011		
2012	62.565	
2013	64.067H	

Die Angaben in Spalte 2 stammen aus IfH (IfH, 2014, S. 55)

Die Angaben zum Umsatz der Fachmärkte in Spalte 3 für die Jahre von 1995 - 2002 wurden dankenswerterweise von Frau Dr. Eichholz-Klein vom IfH Köln zur Verfügung gestellt. Bei den Angaben für die Jahre 1995 - 1998 handelt es sich um eine Hochrechnung auf einer veränderten Datenbasis.

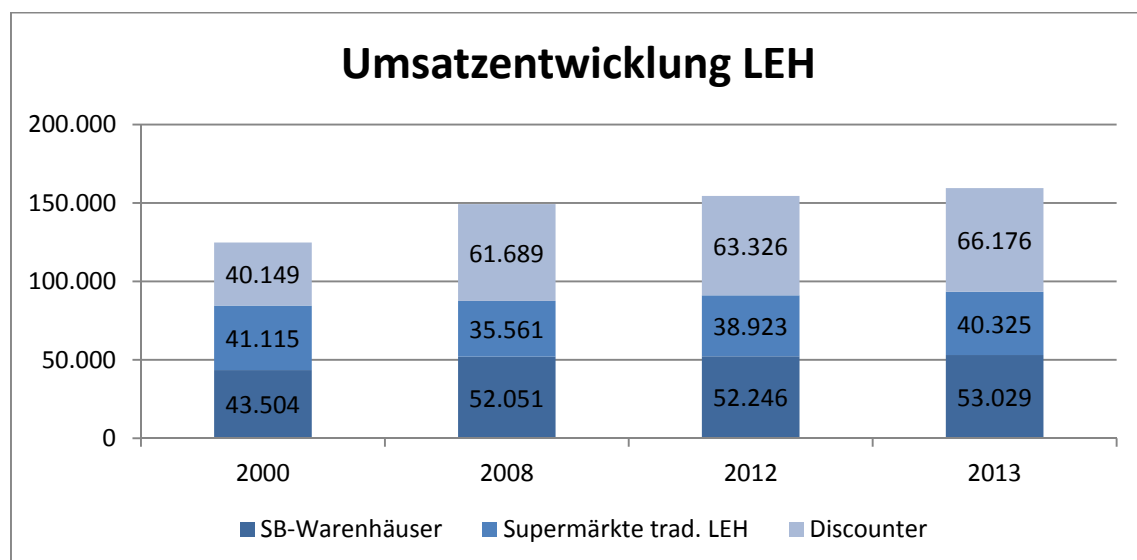
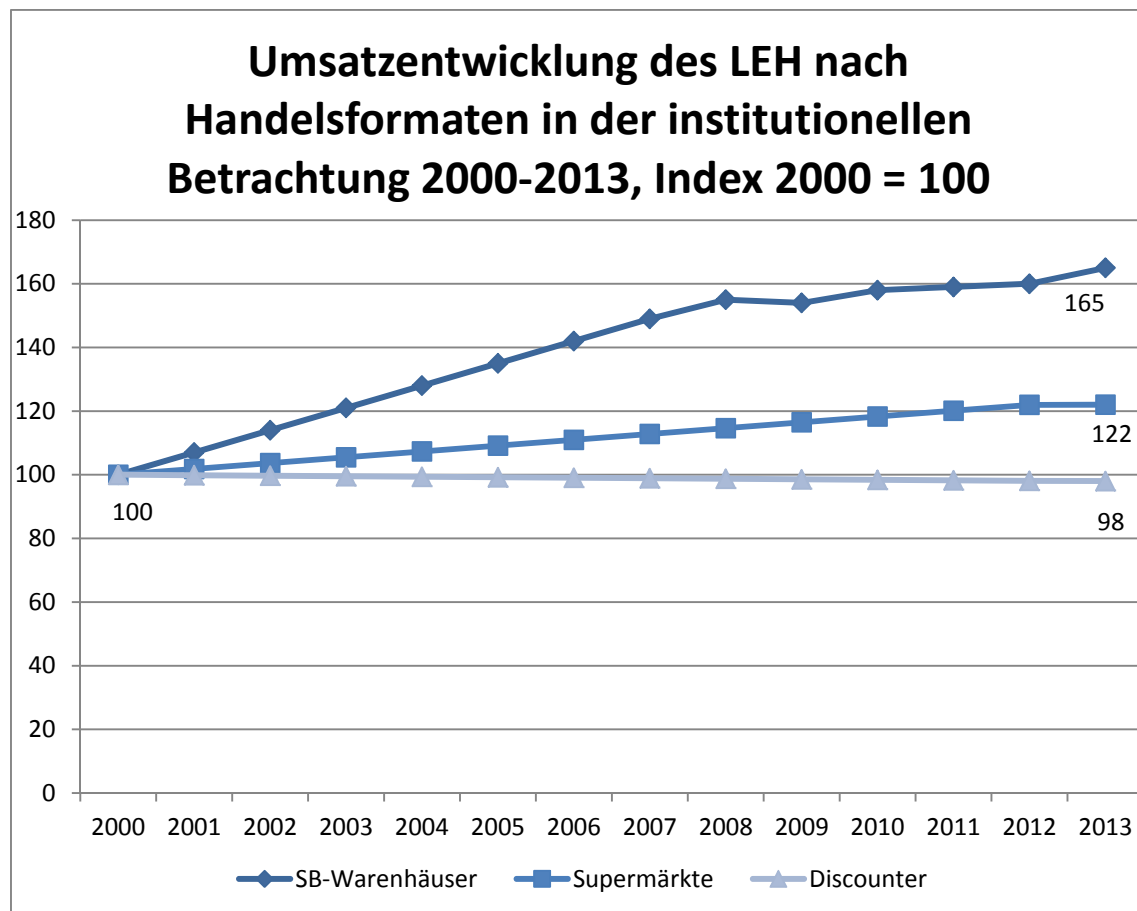
## Anhang 5: Umfassende Darstellungen zur Dynamik im Einzelhandel

### a) Umsätze nach Betriebsformen



Quelle: (Banken, 2007)

## b) Die Umsatzentwicklung von SB-Warenhäusern, Supermärkten und Discountern



Quelle: (IFH Retail Consultants GmbH, 2014)

## Anhang 6: Einzelhandel insgesamt

### a) Unternehmungen im Einzelhandel, Zahl der Verkaufsstellen und Umsatz

Jahr	Unternehmen nach FS 14 (USt)	Unternehmen nach FS 6	Örtl. Ein- heiten	Umsatz in Mrd. DM/€	Nahrungs- und Genuss- mittel - Unternehmen	Nahrungs- und Genuss- mittel - Um- satz
1957	544.409					
1960						
1961	428.564					
1962						
1963						
1964						
1965						
1966						
1967						
1968	402.530			137,62	172.520	44,50
	425.624					
	417.967					
1969						
1970	382.482			169,92	154.221	50,36
1971						
1972	366.319			207,70	137.311	58,91
1973						
1974	345.963			236,27		
1975						
1976	344.752			276,80		
1977						
1978	348.694			313,12		
1979						
1980	367.505			375,83		
1981						
1982				402,00		
1983						
1984				444,76		
1985						
1986	391.221			480,67		
1987						
1988				537,89		
1989						
1990	399.426			643,14		

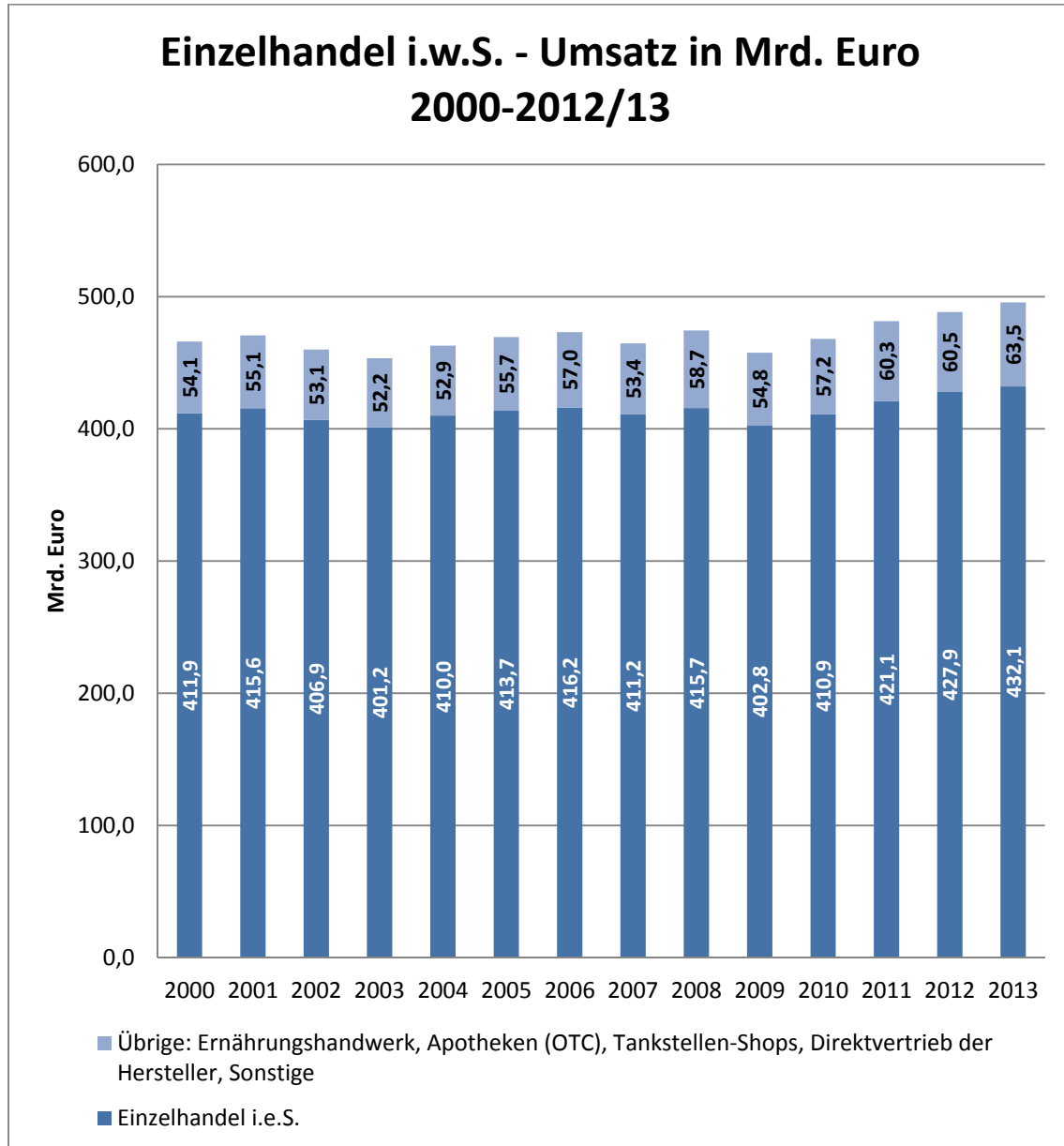
Jahr	Unternehmen nach FS 14 (USt)	Unternehmen nach FS 6	Örtl. Ein- heiten	Umsatz in Mrd. DM/€	Nahrungs- und Genuss- mittel - Unternehmen	Nahrungs- und Genuss- mittel - Um- satz
1991						
1992				762,81		
1993	328.730 (HGZ)					
1994	464.177					
1995						
1996	444.627					
1997						
1998	444.543					
1999						
2000	436.011	277.412				
2001						
2002	418.122	249.006				
2003	411.950					
2004						
2005				430,20		
2006				432,70		
2007				427,60		
2008				432,30		
2009				418,90		
2010				427,20		
2011				437,90		
2012				445,40		
2013				450,90		
2014				458,30		
2015	338.736		482.814	472,40		
2016				481,80		

- 1) Die Angaben zur Zahl der Unternehmungen im EH und zu ihrem Umsatz sind der Umsatzsteuerstatistik entnommen. Sie gelten für Steuerpflichtige ab 12.000 DM Umsatz (die Umsatzangaben sind in Mrd. DM einschl. MWSt.). Sie sind entnommen: (BMWi, 1984). Für das Jahr 1968 stammen die Zahlen aus der entsprechenden Broschüre für die Jahre 1975/1976 (BMWi, 1978). Die Zahlen finden sich außerdem in (Müller-Hagedorn & Toporowski, 2006, S. 15). Die Umsatzzahlen sind außerdem für die Jahre 1970 - 1994 angegeben in: (Müller-Hagedorn, L., 1998, S. 84). Ab 1994 gilt die neue Wirtschaftszweigsystematik WZ 1993.



- 2) Die Umsatzangaben für die Jahre 2005 - 2016 (Spalte 5) stammen aus EHI Retail Institute (EHI, 2016, S. 78). Es handelt sich hier um den Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne, also den Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken; es wird angegeben, dass die Daten ohne Umsatzsteuer ausgewiesen werden. Als Quelle wird der Handelsverband Deutschland angegeben.

**b) Umsatz im Einzelhandel i.w.S. von 200 bis 2013**



Quelle: (IFH Retail Consultants GmbH, 2014)

**c) Einzelhandel für Nahrungs- und Genussmittel**

Jahr	Nahrungs- und Genussmittel - Unternehmen	Nahrungs- und Genussmittel - Umsatz
1968	172.520	44,50
1969		
1970	154.221	50,36
1971		
1972	137.311	58,91

## Anhang 7: Beschäftigung im Einzelhandel

### a) Arbeitszeitvolumen im Einzelhandel 1958

Im Jahr 1958 hat das Statistische Bundesamt in der Woche vom 5. bis 10. Oktober 1958 227,7 Mio. Arbeitstunden gezählt, für Selbständige 46,9 Mio., für mithelfende Familienangehörige 12,6 Mio. und für abhängig Beschäftigte 168,2 Mio. gezählt. Quelle: SJb 1962 SJb = Statistisches Jahrbuch

### b) Jahresarbeitszeitvolumen je beschäftigte Person im Einzelhandel und Bewertungsfaktor TZ von 1991 bis 2017

Jahr	Jahresarbeitszeit je Beschäftigte Person VZ	Jahresarbeitszeit je Beschäftigte Person TZ	Bewertungsfaktor TZ
1991	1.908	976	0,51
1992	1.912	956	0,50
1993	1.920	960	0,50
1994	1.915	969	0,51
1995	1.897	929	0,49
1996	1.894	891	0,47
1997	1.897	882	0,46
1998	1.884	868	0,46
1999	1.883	836	0,44
2000	1.868	835	0,45
2001	1.872	833	0,44
2002	1.882	840	0,45
2003	1.853	828	0,45
2004	1.854	824	0,44
2005	1.946	859	0,44
2006	1.971	868	0,44
2007	1.958	858	0,44
2008	1.946	867	0,45
2009	1.913	859	0,45
2010	1.915	864	0,45
2011	1.881	843	0,45
2012	1.873	842	0,45
2013	1.859	851	0,46
2014	1.857	872	0,47
2015	1.846	875	0,47
2016	1.850	878	0,47
2017	1.829	884	0,48

Quelle: (Deutscher Bundestag, 2016, S. 196)

Die letzte Spalte ist eine eigene Berechnung aus den beiden vorhergehenden Spalten

**c) Beschäftigung im Einzelhandel (vgl. Abbildung 3; Abbildung 8; Abbildung 9)**

Jahr	Vollzeitäquivalente Handelsstatistik	Vollzeitäquivalente BA-Statistik	Arbeitszeitvolumen in 1000 Std.
1991			4.428.419
1992			4.523.348
1993			4.474.307
1994			4.616.415
1995			4.397.081
1996			4.169.010
1997			4.113.485
1998			3.860.892
1999			3.975.825
2000			3.945.428
2001			3.942.100
2002			3.894.126
2003			3.845.937
2004		1.919.706	3.724.635
2005	1.821.482	1.882.880	3.839.523
2006	1.997.480	1.875.227	3.920.457
2007	2.031.235	1.885.432	3.977.843
2008	2.009.161	1.984.696	3.950.644
2009	2.334.387	2.003.439	4.008.408
2010	2.282.779	2.023.365	4.134.182
2011	2.405.576	2.041.755	3.956.775
2012	2.369.921	2.055.860	3.912.865
2013	2.292.021	2.011.135	4.026.691
2014	2.434.957	2.008.048	4.120.299
2015	2.559.513	2.030.823	4.159.894
2016	2.531.562	2.052.559	4.271.567
2017		2.086.344	4.217.310

Die ersten beiden Spalten sind eigene Berechnungen aus Statista, 2018 und Destatis, 2018. Die letzte Spalte ist unverändert übernommen aus Statistisches Bundesamt, 2018 (Sonderveröffentlichung für die Autoren) und Deutscher Bundestag (Deutscher Bundestag, 2016, S. 196)

## Anhang 8: Korrelations- und Regressionsanalytische Auswertung

### Korrelationen

		VZ_Äquivalente	Fachmärkte+Discounter	Verkaufsfläche	Einkaufszentren
Korrelation nach Pearson	VZ_Äquivalente	1,000	,908	,892	,885
	Fachmärkte+Discounter	,908	1,000	,905	,885
	Verkaufsfläche	,892	,905	1,000	,980
	Einkaufszentren	,885	,885	,980	1,000
Sig. (1-seitig)	VZ_Äquivalente	.	,000	,000	,000
	Fachmärkte+Discounter	,000	.	,000	,000
	Verkaufsfläche	,000	,000	.	,000
	Einkaufszentren	,000	,000	,000	.

### Modellzusammenfassung<sup>a</sup>

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,908 <sup>a</sup>	,825	,807	29678,311

a. Einflußvariablen : (Konstante), Fachmärkte\_Discounter

### ANOVA<sup>a</sup>

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	41413452437,564	1	41413452437,564	47,018	,000 <sup>b</sup>
	Nicht standardisierte Residuen	8808021611,353	10	880802161,135		
	Gesamt	50221474048,917	11			

a. Abhängige Variable: VZ\_Äquivalente

b. Einflußvariablen : (Konstante), Fachmärkte\_Discounter

### Koeffizienten<sup>a</sup>

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		RegressionskoeffizientB	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	429755,482	227402,050		1,890	,088
	Fachmärkte_Discounter	51425,064	7499,690	,908	6,857	,000

a. Abhängige Variable: VZ\_Äquivalente